



Guia del mercat social



Sèrie Economia i Treball

El mercat social és una xarxa estable de transaccions entre entitats d'economia social i solidària (o les que hi són properes), consumidors responsables i estalviadors-inversors ètics que s'orienta a satisfer el màxim nombre de necessitats, juntament amb béns comuns i béns públics, per mitjà de relacions d'intercanvi, cooperació i solidaritat.

La guia que us oferim presenta els elements conceptuals bàsics del mercat social i els connecta no només amb l'economia social i solidària sinó també amb el desenvolupament humà local. D'altra banda, el document aporta un esquema metodològic que integra la producció de béns i serveis, les finances i el treball per desplegar estratègies de mercat social. A més, recull casos d'interès —un total de vint-i-nou hi són sistematitzats— que poden inspirar els àmbits locals quan es tracti d'emprendre iniciatives.



Guia del mercat social

Autors

Jordi Garcia Jané
Rubèn Suriñach Padilla

Agraïm les aportacions de

Jaume Sobrevals i Pineda, Immaculada Díaz Soria, Jordi Boixader Solé,
Christian Yagüe Heredia, Carles Anson Massich, Rosa Padilla Gómez,
Pol Tarrida Aribau, Esther Sáez Ortiz, Jordi Escudero Gili, Joan Francesc
Garcia Pitarch, Maria Ramos Anastasi i Tamara Mendieta Llaves.

1a edició: juny del 2019

© de l'edició: Diputació de Barcelona

© dels textos: els autors

Producció: Gabinet de Premsa i Comunicació de la Diputació de Barcelona

Composició: Jordi Rodríguez Ramos

Impressió: Departament de Reprografia Gràfica de la Diputació de Barcelona

Índex

Presentació	5
1. ESS, mercat social i desenvolupament local	6
1.1. Els mercats són construccions socials	6
1.2. El desenvolupament humà local	8
1.3. El mercat social com a estratègia per al desenvolupament de l'ESS	12
1.4. Característiques d'un mercat social	14
1.5. Un marc estratègic i metodològic per promoure el mercat social	17
1.5.1. Mercat de béns i serveis	18
1.5.2. Mercat financer	19
1.5.3. Mercat de treball	19
1.5.4. Estructures i mecanismes ecosistèmics	20
2. Mercat de béns i serveis	21
2.1. Millora de l'oferta	21
2.1.1. El paper de l'administració	21
2.1.2. La intercooperació productiva	22
2.1.3. Atracció d'empreses socialment responsables	34
2.1.4. Comercialització	35
2.2. Generació de demanda	50
2.2.1. Sensibilització sobre consum responsable	50
2.2.2. Consum comunitari: accés i gestió comunitària de béns i serveis	57
2.2.3. Compra pública responsable	60
2.2.4. Mercats reservats	63
2.2.5. Cooperació publicosocial	65
2.2.6. Monedes per crear mercats socials	70

3.	Mercat financer d'ESS	75
3.1.	Més productes financers per a l'ESS	76
3.2.	Inversió orientada a promoure el mercat social	79
4.	Mercat de treball	81
4.1.	La creació d'ocupació	81
4.2.	La qualitat del treball a l'ESS	85
5.	Estructures i mecanismes ecosistèmics	87
5.1.	Òrgans de govern	87
5.2.	Eines del mercat social	92
5.3.	Cens/directori d'iniciatives d'ESS	94
5.4.	Mecanismes de transparència i avaluació	97
5.5.	Creació de coneixement, formació i recerca-acció	99
5.5.1.	Observatoris de sector i de necessitats	99
5.5.2.	Tècniques de recerca-acció	101
5.5.3.	Iniciatives de recerca i estudis d'ESS	103

Presentació

El desenvolupament econòmic local viu un moment de renovació. Un dels vessants més destacats de l'etapa actual és l'entrada en contacte amb les pràctiques de l'economia social i solidària, que ha representat un enriquiment mutu. L'interès per la comunitat és la peça central que uneix les dues perspectives, però no és tan sols això: la participació, l'educació, l'equitat i la sostenibilitat són valors i principis d'una agenda de futur que comparteixen.

És en aquest marc que els mercats socials apareixen com una formulació prometedora per activar les economies locals. La publicació que teniu a les mans conceptualitza els aspectes bàsics dels mercats socials i els connecta amb el desenvolupament econòmic local: cadenes de valor, fires, compra pública, qualitat de l'ocupació, etc. són de fa temps camps de treball dels ajuntaments.

La guia també aporta un esquema metodològic per al mercat social que integra la producció de béns i serveis, les finances i el treball.

A més, recull casos d'interès —un total de vint-i-nou hi són sistematitzats— que poden ser inspiradors per emprendre iniciatives des de l'àmbit local. Així, la identificació de bones pràctiques no es limita a saber què es fa als nostres pobles, ciutats i comarques, també es consideren experiències efectuades a Nova York, el País Basc o França.

Amb aquest document, l'Oficina Tècnica d'Estratègies per al Desenvolupament Econòmic de la Diputació de Barcelona vol aportar un altre recurs als municipis que serveixi per innovar en les fórmules d'intervenció i per aprofundir en les polítiques de suport a l'economia social i solidària.

OFICINA TÈCNICA D'ESTRATÈGIES PER AL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC
Diputació de Barcelona

1. ESS, mercat social i desenvolupament local

1.1. Els mercats són construccions socials

Vivim en un període de triomf cultural del mercat. Hem naturalitzat l'existència del mercat i pressuposat la seva capacitat d'autoregular-se. El mercat, o millor els mercats en plural, han esdevingut un deu a l'altar del qual se sacrifiquen drets i persones per aplacar la seva ira i per mantenir la seva «confiança» i «humor», no fos cas que s'enfadessin i desencadenessin «turbulències» que ens sumissin en noves crisis.

Segons el pensament econòmic dominant, el mercat és un mecanisme que, mitjançant els preus, relaciona i equilibra les necessitats d'ofers i demandants de manera eficient i beneficiosa per a ells i per a la societat, ja que, cercant satisfer els seus interessos particulars, generen el bé públic, una transsubstanciació màgica que Adam Smith va denominar la mà invisible del mercat.

Tanmateix, el desenvolupament del mercat lliure enriqueix uns quants a costa d'empobrir-ne molts i acaba desencadenant la seva mateixa negació a través dels processos de concentració i centralització del capital que donen lloc a oligopolis i monopolis, els quals impliquen la desaparició de la lliure competència i, doncs, del mercat lliure.

D'altra banda, un mercat completament lliure, en el sentit que no topa amb restriccions a la compravenda, no ha existit mai fora dels tractats d'economia. Tot mercat té unes normes que restringeixen la llibertat d'elecció. I si un mercat sembla lliure és perquè n'acceptem inconscientment les restriccions. Per exemple, avui dia està prohibit el mercat d'esclaus, el treball infantil, la compra de vots, la construcció amb amiant, la venda d'algunes drogues o de cotxes molt contaminants, etc. Una altra cosa és que aquestes transaccions es facin d'amagat en un mercat paral·lel o negre. De la mateixa manera, els oferents no poden posar-se d'acord per repartir-se el mercat o pactar preus. També almenys en teoria. Igualment, els governs poden fixar un salari mínim, que afecta el mercat de treball, i uns tipus d'interès al diner, la qual cosa afecta el mercat financer, i totes dues regulacions, de retruc, influeixen en tots els preus del mercat de béns i serveis.

Així mateix, no hi ha un sol tipus de mercat ni el mercat ha existit sempre, ni quan ha existit ha tingut sempre el mateix pes com a principi organitzador de l'economia. No hi ha, doncs, un mercat sinó moltes classes de mercat, segons sigui l'objecte de la transacció —béns i serveis, treball, sòl, diner—, segons l'abast geogràfic —local, regional, nacional, internacional— i segons el grau de regulació.

El mercat capitalista n'és tan sols una modalitat, una modalitat que es caracteritza per ser un mercat tendencialment global, total i autoregulat. Però no ha existit sempre. Els mercats capitalistes van necessitar quatre-cents anys (segles XVI-XIX) i tenir els estats a favor seu per vèncer els que se li oposaven i finalment implantar-se. D'ençà d'aleshores, tota la història del capitalisme podem interpretar-la com una lluita constant pels límits del mercat, tant geogràfics com d'allò que s'hi ven i s'hi compra, és a dir, per decidir allò que és o no mercaderia. Mentre que la classe capitalista desitja esborrar tots els límits per fer negoci mercantilitzar el món i la vida sense pràcticament excepcions, les classes populars voldrien imposar com més restriccions millor, perquè l'experiència els diu que, en molts àmbits, la intervenció del mercat els perjudica i, en alguns casos, a més, els sembla immoral. Per la seva banda, l'estat intervé contínuament per modelar el mercat, sovint per beneficiar les grans empreses capitalistes.

Com acabem de recordar, el mercat no és cap institució eterna ni immodificable. Hi ha altres maneres, complementàries o alternatives, de coordinar les decisions econòmiques, distribuir els recursos i accedir als béns i serveis que necessitem per viure. Per organitzar l'economia, històricament les societats han fet servir, en més o menys grau, mecanismes com la donació, la reciprocitat o comensalitat (la redistribució voluntària de l'excedent), la redistribució (la redistribució obligada de l'excedent per part de l'estat) i l'administració domèstica (l'autosuficiència), a més de l'intercanvi (el mercat). I encara aquest últim mecanisme ha tingut fins avui dues variants: els intercanvis amb preus institucionals o taxats i els intercanvis a preus variables, que correspondrien a l'anomenat mercat autoregulat. Tanmateix, amb el desenvolupament del capitalisme, el mercat lliure s'ha entronitzat com a principi econòmic dominant, i el treball, la terra i el diner han estat convertits en mercaderies; aleshores hem passat de societats amb mercats a societats de mercat.

Els mercats són hàbils per produir grans quantitats de béns privats, però molts d'aquests béns tenen un valor social dubtós (per exemple, la infinitat de models de cotxes o de iogurts existent). En canvi, demostren ben poca capacitat de produir béns públics. A més, no eviten les externalitats ambientals negatives; per exemple, l'informe Stern qualifica la insensibilitat del mercat respecte al canvi climàtic com la més gran i més extensa fallada del mercat que s'hagi vist mai.¹

Així mateix, malgrat que el mercat ajuda a distribuir els recursos escassos, ho fa acceptant la desigualtat. El mercat es mou pel principi que una moneda equival a un vot; en aquest aspecte només té en compte les necessitats i els desitjos de la part solvent de la societat, la que té poder de compra, ja que en el mercat només s'expressen les preferències d'aquells qui tenen diners. Podríem dir que, en el mercat, les necessitats dels precisament més necessitats no compten i, per tant, en són expulsats, una forma soterrada de violència. Però, d'altra banda, entre els que hi romanen perquè posseeixen alguna cosa que d'altres volen aconseguir (un producte, treball, diners...), cadascú té un poder

1. <https://bit.ly/2VfKaXE>.

de mercat diferent; en aquest sentit, el mercat és també una correlació de forces entre els agents que hi intervenen, siguin demandants o oferents.

La dràstica reducció de la desigualtat social i la sostenibilitat ecològica exigeixen passar d'una societat de mercat capitalista a una economia amb mercat regulat mitjançant processos democràtics, i organitzada també per altres principis econòmics com la redistribució i la reciprocitat.

Si el mercat és una construcció social, i si no hi ha mercat sinó mercats, vol dir que ens podem plantejar la possibilitat de reintegrar el mercat dintre la societat creant un mercat diferent, alternatiu, del capitalista, un mercat que anomenem mercat social. Un mercat social de l'economia social i solidària (ESS) ha d'estar format, no exclusivament però sí principalment, per transaccions comercials locals.

1.2. El desenvolupament humà local

El marc natural de la majoria d'iniciatives d'ESS és el local. Per això, el desenvolupament de l'ESS va molt lligat al desenvolupament de les comunitats locals.

Tinguem present que la majoria d'iniciatives d'ESS estan vinculades als pobles i ciutats on neixen. Molts projectes sorgeixen per resoldre necessitats de les classes populars d'una comunitat determinada i les persones que els impulsen solen viure en el mateix territori on fan l'activitat. Són iniciatives que mobilitzen els recursos locals i que normalment donen feina a les persones del mateix municipi. Els beneficis econòmics que generen tendeixen a circular dins el mateix espai, via proveïdors locals i via reinversió. A més, com que sovint són iniciatives integrals, no activen només la vida econòmica, sinó també la cultural i social de les poblacions, i això genera ciutadania activa, participació, empenedoria i innovació socials, comunitat i control de l'entorn. Així mateix, el fet que els actors de l'ESS acostumin a viure en el mateix lloc on exerceixen l'activitat, els empeny a evitar les externalitats negatives i, en canvi, a afavorir-ne de positives. Per últim, són iniciatives que s'adapten millor als períodes de crisi i que rarament es deslocalitzen; dit amb ironia: els cooperativistes no marxaran d'allà on viuen per treballar en un altre territori on els costos de la seva mà d'obra siguin més barats! En resum, l'ESS aporta un important valor afegit a les comunitats i pot ser un actor important de desenvolupament local, entès el desenvolupament com un procés sostingut de generació de riquesa (monetitzada o no) a través de la mobilització de tota mena de recursos.

Això no obstant, que aquest actor acabi sent important per al desenvolupament local o no dependrà de l'estratègia de desenvolupament que la resta d'actors polítics, socials i econòmics promoguin. De fet, venim d'un model de desenvolupament molt dependent i parasitari que ha girat a l'entorn de la transformació del territori —construcció, grans infraestructures i turisme massiu— i del consum intern afavorit per l'accés generalitzat al crèdit i l'increment demogràfic vinculat a la immigració. Els seus efectes són prou coneguts: devastació ambiental, precarització del treball, concentració de la riquesa

en grans empreses d'aquests sectors, dissolució dels teixits comunitaris, desnonaments, empobriment, rescat bancari... Per desgràcia, aquestes activitats segueixen sent els principals motors del capitalisme hispànic. Doncs bé, aquest model econòmic ni necessita l'ESS, com no sigui per subcontractar cooperatives de treball de la construcció o la restauració en condicions d'explotació, ni interessa a la gran majoria de persones que emprenen projectes d'ESS.

Seguint Oriol Estela,² podríem distingir tres dimensions del desenvolupament econòmic local (DEL). La primera parteix de les oportunitats que brinda el mercat global i considera el territori local com una plataforma al servei de l'economia global; l'anomenarem desenvolupament importat. La segona dimensió parteix dels recursos i les capacitats pròpies i promou un DEL amb projecció global; l'anomenarem desenvolupament endogen. La tercera parteix de les necessitats i les aspiracions pròpies per impulsar un desenvolupament capaç de satisfer aquestes necessitats i aspiracions; l'anomenarem desenvolupament autocentrat. En qualsevol estructura econòmica acostumem a trobar aquestes tres dimensions barrejades; però ara i aquí, dins el capitalisme global, en la perifèria sud de la Unió Europea, la dominant és la primera, per bé que a Catalunya el pes de la dimensió endògena sigui superior al conjunt de l'Estat espanyol.

L'ESS gairebé no pot aportar res a la dimensió induïda del DEL, la que va del nivell global al local. En canvi, pot contribuir a la dimensió endògena a través de cooperatives agràries, de treball o de serveis exportadores, i a la dimensió autocentrada, mitjançant associacions, fundacions i petites cooperatives de treball dedicades als serveis de proximitat, ambientals i a les persones, així com altres iniciatives d'ESS que anomenem sociocomunitàries.

Les iniciatives d'ESS apunten cap a un altre model de desenvolupament local (DL), cap a una economia que dona prioritat a tot allò que té més sentit atendre des de l'escala local, que distribueix de manera equitativa la riquesa que en resulta, que incorpora la perspectiva de gènere i és inclusiva, que resisteix a les tendències homogeneïtzadores del capitalisme global, i que recupera i democratitza sobirania vinculades a necessitats vitals (alimentació, energia, comunicacions, finançament, cures...) i, per tant, que genera resiliència. I que, de resultes de tot això, no és tan sols desenvolupament econòmic local, sinó desenvolupament local integral, ja que integra l'economia en les altres dimensions de la vida: social, cultural, natural i política. Si les estratègies dominants del desenvolupament local conceben el territori, la localitat, com una empresa (de capital, sobreentenent), les estratègies alternatives de desenvolupament local l'han de pensar com una cooperativa o com un comú.

Simplificant, podem esbossar els contorns d'aquest model de desenvolupament pensant que, davant allò gran, prioritza allò suficient; davant dels poders globals que governen allò local, promou governar allò global des dels poders locals; davant de l'especialització productiva promou un grau important de diversificació que li doni sobirania i resiliència; en lloc de perseguir el creixement quantitatiu, busca el desenvolupament

2. ESTELA, Oriol, «La dimensión olvidada del Desarrollo Local», *garapenen bloga*, 16-12-2013.

qualitatiu; davant de l'obsessió per competir entre territoris, fomenta la cooperació i davant dels avantatges comparatius i competitius, els avantatges cooperatius; en comptes de considerar el territori com un mer suport de l'activitat econòmica, l'entén com un agent, amb memòria i patrimoni natural i cultural per gaudir, preservar i valoritzar com a estratègia,³ i davant una economia centrada en el capital i que exclou la majoria, impulsa una economia que posa en el centre la sostenibilitat de la vida, la persona i, per tant, les necessitats de les grans majories.

Quatre són les característiques principals d'aquesta altra manera d'entendre el desenvolupament local: és comunitari (la comunitat no és desenvolupada, sinó subjecte que desenvolupa; per tant, cada comunitat ha de decidir sobre les seves prioritats i la manera d'intentar assolir-les); és integral (genera riquesa monetària, però també d'altres tipus: vincles, cures, coneixement...); és endogen (aprofita els recursos propis, tant tangibles com intangibles, sovint infrautilitzats), i és tan autocentrat com pot (prioritza satisfer les necessitats locals amb recursos locals).

Un desenvolupament local d'aquesta mena encaixa molt bé amb un marc o enfocament de desenvolupament local concret, el que es coneix com a desenvolupament humà local (DHL). El DHL ve a ser l'aplicació dels principis del desenvolupament humà sostenible en l'àmbit d'allò local/regional, encara que també beu d'altres referents teòrics com el desenvolupament econòmic territorial (ILPES/CEPAL) i el desenvolupament endogen (Oscar Madoery i Antonio Vázquez Barquero). Podem definir-lo com aquell procés col·lectiu que emprenen els ciutadans i les ciutadanes d'un territori local per millorar les seves oportunitats, capacitats i condicions de vida, en un marc de respecte pels drets humans i de sostenibilitat.⁴ L'objectiu del DHL és el bon viure o benestar col·lectius, una situació que no es mesura exclusivament per la disponibilitat de béns i serveis, sinó que inclou tenir un treball amb sentit i en bones condicions, donar i rebre cures, gaudir d'una vida llarga i saludable, disposar de llibertat i de drets, comptar amb riquesa de vincles i de coneixements...

En el si d'aquest paradigma de desenvolupament local, l'ESS sí que hi té molt a aportar, tant des de la seva branca socioempresarial (cooperatives de treball, agràries i de serveis; associacions i fundacions del tercer sector social...), com des de la sociocomunitària (petites cooperatives de consum, horts comunitaris, grups de criança compartida, xarxes d'intercanvi i de préstec, bancs de temps...). Ho assenyalàvem al principi d'aquest apartat: les iniciatives d'ESS existents ja estan transferint molt de valor afegit a les classes populars de les comunitats on estan arrelades. Si, impulsades pel mateix àmbit i per un entorn institucional favorable, aquestes iniciatives es multipliquen, difonen un relat conjunt i s'articulen econòmicament fins a formar mercats socials, aleshores esdevindran un actor molt rellevant en el desenvolupament dels nostres barris, pobles i ciutats.

3. Jordi Boixader assenyala a «Paisatge, territori i alternatives econòmiques», *Nexe 44*, juny del 2019, com, darrerament, el paisatge i el patrimoni, és a dir el lloc, pot ser la palanca per al desenvolupament local mitjançant clústers creatius, l'economia circular i l'economia solidària.

4. GURIDI, LUIS; P. DE MENDIGUREN, Juan Carlos. *La dimensión económica del Desarrollo Humano Local: La economía social y solidaria*. Bilbao: Universidad del País Vasco-HEGOA, 2014.

Cas destacat 1: Els Pols Territorials de Cooperació Econòmica (PTCE)

Descripció

Els PTCE existeixen a França i són instruments d'articulació d'actors d'un territori que implementen una estratègia comuna basada en la cooperació, els projectes compartits i l'intercanvi continu per fomentar el sorgiment de projectes empresarials innovadors i mutualitzar serveis que contribueixin al desenvolupament local sostenible.

El concepte està inspirat en el clúster, però incorporant els valors de l'ESS. Va ser proposat per Le Labo de l'ESS, una mena de *think tank* de l'àmbit, es formalitzà el 2011 i va quedar recollit per la llei francesa d'ESS del 2014 en l'article 9. Segons aquesta llei, un PTCE és «una agrupació d'empreses d'ESS en un mateix territori, associades amb les administracions locals, centres d'investigació, institucions d'ensenyament superior i de recerca, i organitzacions de formació, per tal de posar en pràctica una estratègia comuna i continuada de mutualització de serveis, de cooperació o associació al servei de projectes socioeconòmics innovadors, socialment i tecnològicament, amb l'objectiu del desenvolupament local sostenible».

Les activitats que promou estan arrelades localment, tant pels impactes positius que genera com per la participació activa de la comunitat en la identificació de necessitats i la realització d'activitats.

Els beneficis per a les entitats membres són molt variats: sortir de l'aïllament, reforçar l'oferta, millorar la qualitat de les relacions professionals i la gestió de l'ocupació, compartir competències, recursos i relacions comercials; vincular-se a un projecte territorial, crear vincle social, desenvolupar projectes d'economia circular, etc.

Els beneficis per a les col·lectivitats en què es troben són de reforç del teixit econòmic, de solucions innovadores a problemes locals, de valorització de recursos inexplorats del territori i de visibilització de l'ESS existent.

Hi ha uns 150 PTCE per tot França que es poden classificar en dos tipus, els que obeeixen a una lògica de mutualització per crear noves entitats i els que associen entitats per crear un nou producte. Molts es dediquen al que anomenen «ecoactivitats»: reciclatge, bioconstrucció, alimentació, agricultura ecològica, serveis d'atenció a les persones, cultura, serveis a les empreses, etc.

Agents implicats

En formen part empreses de l'ESS, ajuntaments, centres de recerca i entitats formatives.

Els PTCE s'estructuren en tres cercles. El primer cercle és el grup dinamitzador del pol; constitueix el nucli dur. El segon el formen els membres fundadors i tenen un rol determinant en la gènesi i el desenvolupament del PTCE. Finalment, el tercer cercle està format pels membres col·laboradors interns, que són les estructures associades al PTCE després que es creés i que estan implicades en l'elaboració i el desenvolupament de projectes concrets dins del pol.

Durada i recursos econòmics

La infraestructura i la dinamització és coberta amb ajuts públics, mentre que la resta prové de la facturació pels productes mutualitzats entre els seus membres i de la venda a tercers. Amb dades del 2014, el pressupost anual d'un PTCE oscil·lava entre els 35.000 i els 748.000 euros.

La gran majoria de PTCE es constitueixen legalment com a associacions i, en menor grau, com a SARL (societat limitada) i com a societats cooperatives d'interès col·lectiu (SCIC).

Web i contacte

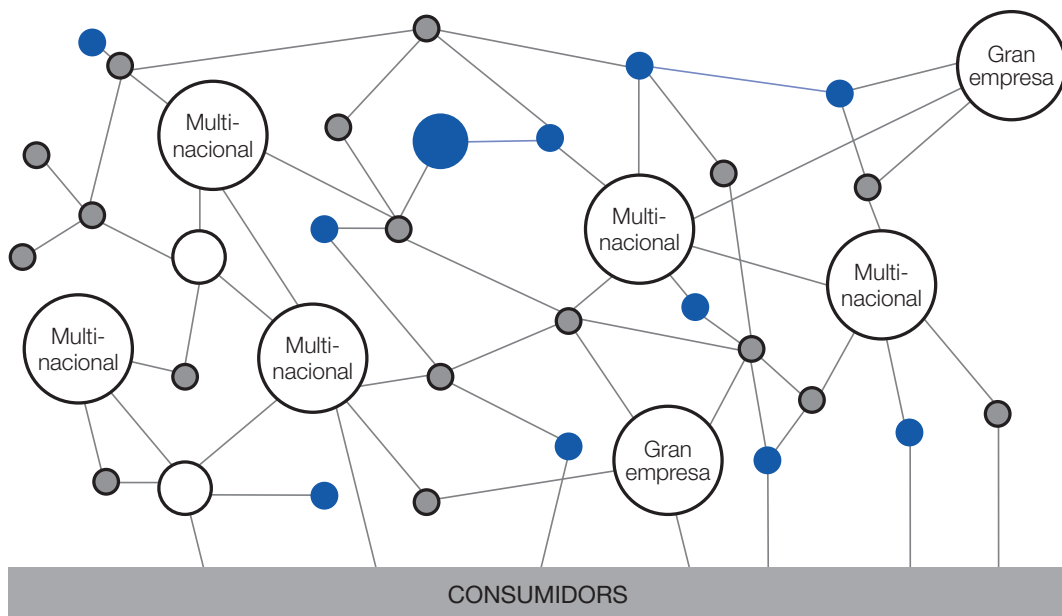
<https://bit.ly/2GVKllf>

1.3. El mercat social com a estratègia per al desenvolupament de l'ESS

Un mercat social vindria a ser un sistema vertebrat internament per relacions d'intercanvi, cooperació i solidaritat. Podem definir-lo com una xarxa estable de transaccions entre entitats⁵ d'economia social i solidària i d'altres que hi són properes, consumidors responsables i estalviadors-inversors ètics, de manera que totes les persones que hi participen acaben cobrint la majoria de les seves necessitats amb béns d'aquesta xarxa, juntament amb béns comuns i béns públics. Per transaccions entenem béns (béns i serveis), però també valors, informacions i coneixements; a més, les transaccions comercials es poden fer per mitjà de monedes (oficials i/o comunitàries) o per mitjà del troc.

La creació de mercats socials és un objectiu estratègic dels moviments d'economia solidària de l'Estat espanyol des de fa més de deu anys. Per què l'ESS aspira a crear un mercat propi, diferent del capitalista, regit per altres principis? Ben bé per cinc motius.

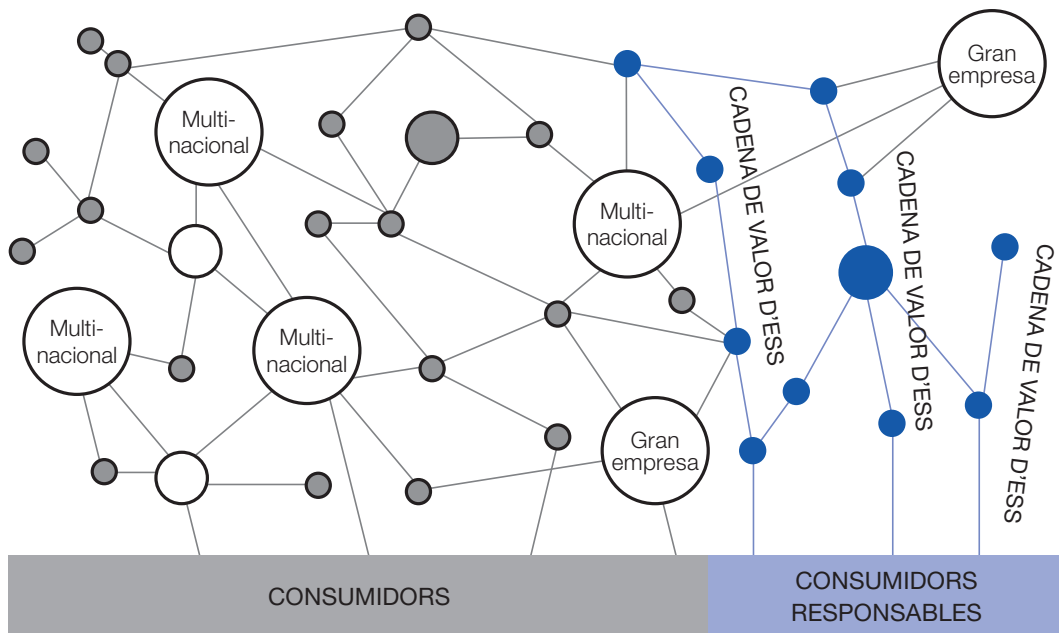
Figura 1. L'ESS dins el mercat capitalista



Font: elaboració pròpia.

5. En tota la guia ens referim a «entitats d'ESS» per abastar tant el que són específicament empreses com altra mena d'organitzacions de caràcter més comunitari.

Figura 2. L'ESS dins un mercat social



Figures 1 i 2. Ens podem adonar intuïtivament de la importància que té per a l'ESS que les seves empreses s'articulin entre si i, alhora, amb els consumidors responsables, només que comparem la visibilitat de la part blava de la xarxa (que representa l'ESS) en la primera figura amb la de la segona. Tot i tenir els mateixos nodes en les dues figures, en aquesta segona la visibilitat de l'ESS és molt superior a la primera.

Font: elaboració pròpia.

Primer, perquè significaria passar del nivell micro a un nivell meso, de ser un conjunt d'empreses inarticulades a esdevenir realment una economia, un sistema econòmic, per bé que de moment a petita escala. Segon, perquè demostraria que hi ha alternatives al capitalisme i seria un excel·lent aparador, visible i vivible, de l'alternativa que planteja l'ESS. Tercer, perquè podria ser l'embrió d'aquest nou sistema econòmic, el punt de partida des d'on desenvolupar-lo. Quart, perquè els mercats socials millorarien la viabilitat de les entitats d'ESS i això les faria menys vulnerables a les crisis i a la pressió per assimilar-se a les empreses de capital. I cinquè, perquè ajudaria a crear «noves persones», nous subjectes crítics i transformadors com a resultat de viure experiències significatives en qualitat de productors, consumidors i gestors, la qual cosa els impregnaria dels valors de l'ESS i els dotaria d'autonomia i de capacitat d'autoorganització.

La clau per desenvolupar mercats socials és aplicar de manera sistemàtica la intercooperació integral, és a dir, aconseguir que cada entitat d'ESS i cada persona que en sigui membre consumeixi béns i serveis d'entitats de l'ESS, treballi produint prioritàriament el que aquestes persones i entitats necessiten, i dipositi els seus estalvis en entitats de finances ètiques i fons cooperatius d'inversió que financin la constitució de noves entitats de l'àmbit i la consolidació de les existents, tant en sectors estratègics on aquesta no és present o ho és poc encara, com en activitats intermèdies que tanquin cadenes de valor d'ESS.

La pràctica intensiva de la intercooperació integral permetria a l'ESS disposar en uns anys d'una oferta de béns i serveis prou àmplia, valuosa, assequible econòmicament i accessible territorialment per cobrir, junt amb béns públics i comuns, la majoria de necessitats d'una població determinada i, en conseqüència, desconnectar-la en gran mesura del mercat capitalista.

La construcció tant de la massa crítica necessària d'ESS i d'empreses properes com de les normes del mercat social i de les institucions reguladores és una tasca que pertoca sobretot al moviment d'economia social i solidària; però altres moviments socials emancipadors, com també les universitats i les administracions públiques, poden aplanar el camí donant-hi suport. Les administracions poden contribuir al mercat social com a reguladores (lleis d'ESS, millor llei de cooperatives, bonificacions i exempcions fiscals, etc.), proveïdores de serveis a la ciutadania (cooperació publicosocial), ocupadores (formació i sensibilització dels treballadors propis) i compradores (compra pública responsable).

1.4. Característiques d'un mercat social

Abans que res, precisem que hi ha iniciatives d'ESS que produeixen béns i serveis que no es dirigeixen al mercat capitalista. D'una banda, són les entitats dedicades a produir serveis de no mercat per a les persones vulnerables —cooperatives d'iniciativa social, associacions i fundacions del Tercer Sector Social—, que tenen com a demandants les administracions públiques. En aquests casos, sol haver-hi diversitat d'oferents en un procés de pública concurrència, un dels requisits clau per parlar de mercat; però en canvi l'assignació de recursos es fa fora de les regles del mercat. De l'altra banda, trobem les entitats que produeixen béns o serveis consumits per les persones sòcies de la mateixa entitat, sigui un grup de criança compartida, un hort comunitari, un banc de temps, un grup de suport mutu o una comunitat de préstecs.

No obstant això, la gran majoria d'entitats d'ESS produeixen béns i serveis per al mercat capitalista i, fins i tot, les que no ho fan estan influïdes pels seus preus i per les característiques dels seus productes. Aleshores, la pregunta que ens plantejem és la següent: ¿podríem estructurar mercats alternatius en què els oferents fossin entitats d'ESS, els demandants aquestes mateixes entitats (que reben béns intermedis i serveis a les empreses) i una part rellevant de la població (que reben béns finals i serveis a les persones), i on els intercanvis es regissin per relacions no sols d'intercanvi sinó també de cooperació i solidaritat, generessin una distribució equitativa de la riquesa i resolguessin de manera eficient les necessitats més importants de tots els seus membres?

El comerç just o les AMAP franceses ja són intents de crear intercanvis justos. Es tracta d'experiències valuosíssimes en què un col·lectiu de persones consumidores renuncia al seu superior poder de mercat enfront de les persones productores, siguin camperols del Sud o del Nord, i s'avenen a participar en transaccions justes. Ara bé, ¿seria possible estructurar xarxes d'intercanvis estables, és a dir, mercats, que no depenguessin del

sobreesforç permanent de persones mogudes per fortes conviccions ètiques, sinó que tinguessin inscrites l'equitat, la sostenibilitat i la solidaritat dins de la seva estructura mateix, dit d'una altra manera, fora possible crear un mercat social en què el seu funcionament alternatiu fos vist com de sentit comú?

No és fàcil donar d'entrada una resposta afirmativa. La simple existència d'un mercat servit per productors d'ESS, és a dir, per entitats de propietat col·lectiva, gestió democràtica i, fins i tot, compromeses amb accions solidàries, no garanteix que aquestes, en comptes de guiar-se pels interessos propis (guanyar més, treballar menys...), ho facin pels interessos dels consumidors ni, menys encara, de la societat, ni que siguin solidaris amb els altres productors d'ESS en lloc de relacionar-s'hi com a competidors. ¿Com podem no repetir una de les principals febleses de la interessant experiència iugoslava de socialisme autogestionari (1960-1970) en què va anar creixent la desigualtat de resultats entre les empreses autogestionades d'un mateix sector d'activitat i entre diferents sectors, i, per tant, de salaris dels seus treballadors? Com podem passar dels interessos grupals als interessos generals?

Certament, algunes d'aquestes tendències es podrien corregir aplicant polítiques fiscals redistributives, com també d'estímul a la innovació i la recerca, però per a això hauríem de disposar d'un estat facilitador de l'ESS que en aquests moments no tenim. Un mercat social, doncs, hauria de superar tant com pogués aquesta mancança des de l'ESS mateix.

Tenint tot això en compte, ens permetem aventurar quatre principis que un mercat social hauria de complir:

Principi 1: El mercat social només ofereix productes socialment útils i sostenibles ecològicament, fets per entitats de l'ESS i properes.

Els productors del mercat social són entitats de l'ESS (cooperatives, associacions, fundacions, societats laborals, centres especials de treball...) i algunes de mercantils que també operen de manera responsable. Totes aquestes entitats construeixen ofertes amb valors —sostenibilitat, participació, solidaritat, etc.—, en el nucli de les quals hi ha béns i serveis que satisfan les necessitats i els desitjos legítims d'altres persones.

Principi 2: El mercat social afavoreix els preus justos, és a dir, la distribució equitativa del valor entre les parts productora i consumidora, i també compartint-lo amb la comunitat.

La gestió democràtica del mercat, la creació de mecanismes redistributius, la transparència de costos i salaris, la multiplicitat d'oferents i demandants, així com les relacions de confiança, solidaritat i cooperació que formen part també del mercat social, afavoreixen que els preus siguin justos.

Principi 3: El mercat social és gestionat de manera democràtica i transparent pels seus grups d'interès: productors, consumidors i comunitat.

Es constitueixen òrgans de govern del mercat social formats per representants dels productors i consumidors, així com dels moviments socials emancipadors —feminisme, ecologisme, sindical, veïnal, etc.—. Aquests òrgans donen d'alta els productors, i poden també donar-los de baixa si no s'adeqüen als valors de l'ESS els productes que ofereixen al mercat social —per preus abusius, productes de baixa qualitat, competència deslleial...— o el seu comportament com a entitat —pèrdua de l'equitat de gènere, reducció del compromís amb les finances ètiques, etc.—. Intentaran sempre, però, mantenir una actitud inclusiva respecte a les entitats si compleixen uns mínims i mostren voluntat de millora. A més, aquests òrgans aproven i modifiquen quan calgui les normes del mercat, introdueixen sistemes de certificació participativa i de reputació, resolen els conflictes que s'hi puguin produir i gestionen el «tribut» sobre els beneficis. Per executar totes aquestes funcions, disposen del suport d'una estructura professional estable. També es constitueix un grup independent i legítimat per avaluar les entitats i els productes que formen part del mercat social, així com un altre encarregat de les tasques d'arbitratge i mediació en conflictes que es produeixin al mercat.

Aquests òrgans de govern són específics del mercat social, no de cap «família» concreta de l'ESS, i es van creant progressivament a mesura que en sorgeix la necessitat, sempre de baix a dalt, del nivell local o comarcal al nacional. En parlarem més a fons a l'apartat 5.1.

Principi 4: El mercat social es reproduceix de manera ampliada.

El mercat social es reproduceix de manera autònoma; és autosuficient, no depèn de l'economia capitalista ni de l'administració pública (per bé que aquesta hi pugui col·laborar), o en depèn molt poc, gràcies al progressiu tancament de les cadenes de valor de l'ESS, com també l'ús d'una moneda pròpia i el seu finançament per mitjà de la quota anual que paguen els productors per pertànyer-hi, a una mena de tribut sobre els beneficis que han d'abonar aquells productors que acaben l'exercici amb guanys, i al 5 % del valor de la moneda pròpia del mercat social descomptat als consumidors cada cop que la converteixen en euros.

Així mateix, la reproducció del mercat social no és simple, sinó ampliada, perquè és funcional als interessos d'agents econòmics complementaris: la qualitat global dels seus béns i serveis atreu progressivament més persones consumidores, i això al seu torn multiplica els productors que evolucionen cap a l'ESS, i perquè el fons social instituit (vegeu la pàgina 93) genera noves iniciatives d'ESS, en aquest cas no mercantils sinó comunitàries, un dels altres pilars bàsics de l'ESS. De fet, podem considerar el mercat social, en si mateix, com un gran comú, tal com el defineix Fernando Sabín.⁶

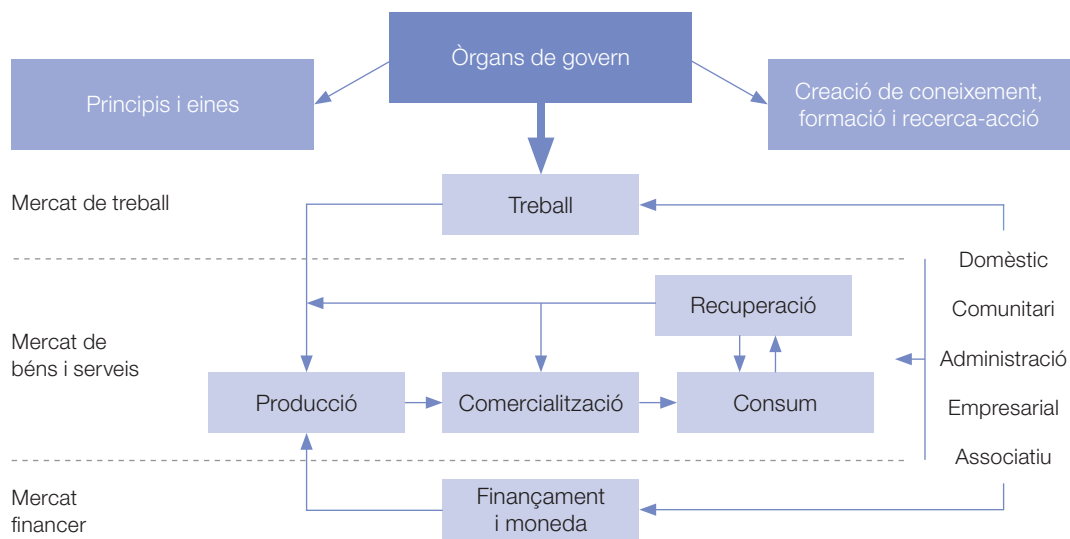
6. <https://bit.ly/2UxDAqg>.

Aquesta institució/eina de construcció pràctica d'economia solidària sostinguda per una comunitat que la gestiona de manera democràtica i participada [...] i la seva experimentació els últims anys ha posat de manifest l'interès que suscita intervenir col·lectivament en el mercat des de la voluntat de fer que els interessos de la producció i del consum arribin a un punt coincident, posant valors ètics i solidaris com a elements de mediació.

1.5. Un marc estratègic i metodològic per promoure el mercat social

Tot seguit intentarem definir un marc metodològic que permeti encabir i, en certa manera orientar estratègicament, totes les mesures i accions que es poden emprendre per promoure l'àmbit local d'un mercat social més ampli, que en el nostre cas és el mercat social català. La figura 3 representa un possible marc des d'on enfocar i incorporar les diferents actuacions. S'hi defineixen els principals elements d'un mercat social; serà l'esquema que articularà aquesta guia. A continuació descrivim aquests elements, així com el sentit de les accions o mesures que s'hi inclouen.

Figura 3. Marc metodològic del mercat social català



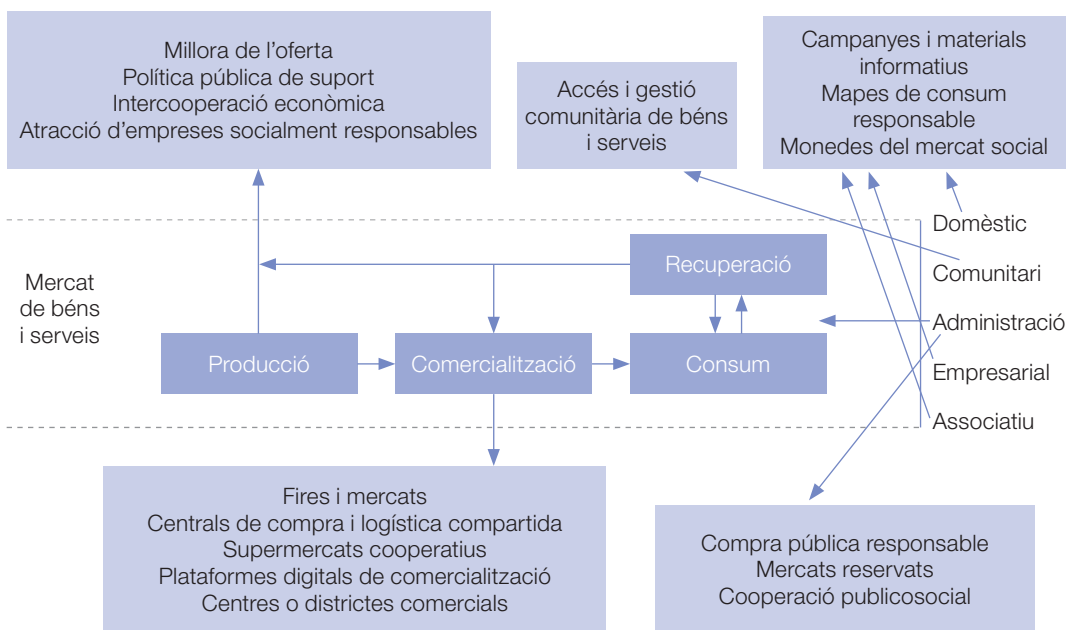
Font: elaboració pròpia.

1.5.1. Mercat de béns i serveis

El mercat de béns i serveis està format per les fases de producció, comercialització, consum i recuperació.

Pel que fa a la baula de la producció, les accions de promoció del mercat social tenen a veure amb el reforç i l'extensió del teixit productiu d'ESS, així com amb l'atracció i la suma d'empreses properes a l'ESS —empreses familiars, petits comerços i tallers industrials, tots ells amb pràctiques de responsabilitat social; un conjunt que podríem denominar pimes mercantils responsables—. Una de les peces clau en aquest reforç del teixit productiu és la intercooperació com a mecanisme d'agregació i coordinació empresarial al llarg de la cadena de valor, creant xarxes denses de cooperació empresarial, tant sectorials com territorials.

Figura 4. El mercat de béns i serveis



Font: elaboració pròpia.

Quant a la comercialització, es proposen mesures per afavorir i facilitar l'accés dels béns i serveis de l'ESS al gran consum. Aquest és, segurament, un dels terrenys menys fressats per l'ESS a Catalunya, ja que sovint s'ha cenyit a fires i mercats. A partir d'experiències internacionals com els supermercats cooperatius, i aprofitant també el potencial de les noves tecnologies, s'obren possibilitats de comercialització que poden permetre fer salts d'escala importants en la baula de la producció.

A la baula del consum, podem distingir cinc agents de consum: les llars, les comunitats, l'administració pública, el món empresarial i el món associatiu. Aquesta diferenci-

ació s'explica pel fet que les accions difereixen en el disseny i la implantació segons qui compra els béns i serveis.

Per incrementar el consum de béns i serveis de l'ESS en l'àmbit domèstic, les accions s'han d'adreçar a potenciar la sensibilitat social de la ciutadania i apropar-li les opcions de consum responsable. Si ens ho mirem des d'una perspectiva comunitària, l'accés a béns i serveis d'ESS per la comunitat consisteix en iniciatives d'autoorganització col·lectiva i majoritàriament d'activisme no remunerat dedicat a proveir-se o a gestionar de manera col·lectiva aquests recursos. Quant al consum des de l'administració pública, es plasma en la compra pública responsable, els mercats reservats i la cooperació publico-social per a la gestió de recursos, serveis i equipaments, i, per tant, parlem de l'important paper de comprador que té l'administració. Pel que fa al món empresarial, la inclusió de clàusules de comerç just en les licitacions o l'obligació de subcontractar entitats de l'ESS com a condició d'execució del contracte, i també una política de subvencions condicionades al consum responsable, poden ser eines efectives per augmentar el consum de béns i serveis de l'ESS. Finalment, amb relació al món associatiu, el conjunt d'actuacions pot ser una combinació entre les adreçades a l'àmbit domèstic i les adreçades al món empresarial.

En la recuperació de residus, es tracta que les entitats de l'ESS que integren una mateixa cadena de valor dissenyin sistemes per a la recuperació dels materials, sovint amb el suport d'empreses recuperadores especialitzades, les quals dins de l'ESS acostumen a ser fundacions, cooperatives d'iniciativa social, associacions, centres especials de treball i empreses d'inserció.

1.5.2. Mercat financer

Quan parlem de mercat financer ens referim al conjunt d'agents i instruments que afavoreixen la circulació de diners pel cycle del mercat, i que canalitzen, per tant, l'estalvi individual i col·lectiu cap a la inversió productiva o el consum. En aquest cas, els instruments que proposem permeten flexibilitzar i ampliar el finançament de l'ESS, amb l'assumpció d'inversions que tinguin el suport de l'administració i el teixit d'ESS pel seu marcat caràcter estratègic, i amb la posada en circulació de monedes pròpies dels mercats socials per evitar que la capacitat de compra s'acabi escapant cap a les empreses de capital.

1.5.3. Mercat de treball

Aquest seria el tercer mercat del mercat social, el de les persones que treballen, o aspiren a treballar, en l'ESS. Per crear-lo necessitem programes educatius en ESS, borses de treball pròpies d'aquest àmbit i capacitat d'atracció laboral, la qual cosa té relació amb les condicions de treball a l'ESS.

1.5.4. Estructures i mecanismes ecosistèmics

Un dels principals riscos del mercat com a mediador de l'activitat econòmica és que la falta de regulació i la suposada «llibertat de mercat» amaguen unes asimetries molt grans en les relacions de poder i en la distribució de la riquesa, les quals es manifesten en les tensions empresari-assalariat, venedor-consumidor, gran empresa-pime, lobbies empresarials-administració pública, economia-natura, etc.

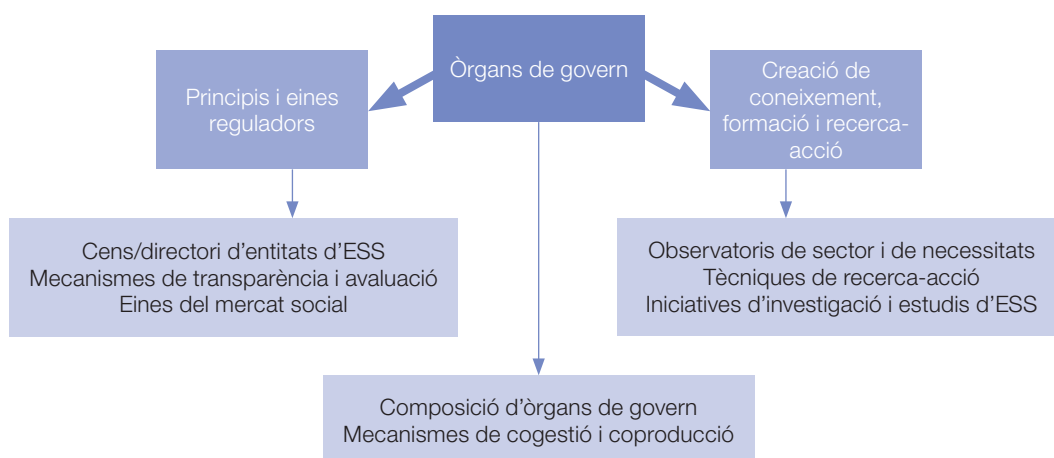
Partint de la base que un mercat ha de tenir un caràcter descentralitzat i distribuït, des d'una perspectiva d'ESS aquest mercat necessitarà uns mecanismes reguladors clars, decidits per una governança democràtica i transparent que permeti definir-ne l'estratègia i que intervingui tant en la defensa i l'arbitratge de les tensions que es puguin produir, com en la promoció i escalament de projectes clau, i en la reducció de les desigualtats.

Per aquest motiu, la guia dedica un bloc específic a definir les estructures i els mecanismes ecosistèmics, els quals es plasmen en tres grans instàncies:

- Òrgans de govern: espais de decisió i gestió entre els diferents agents representatius d'un mercat social determinat, d'acord amb els principis generals del mercat social.
- Principis i eines: conjunt de regles i sistemes de funcionament que ordenen i defineixen qui forma part del mercat social, així com els seus drets i deures, una qüestió especialment important quan són referits a situacions d'arbitratge o litigi.
- Creació de coneixement i recerca-acció: la magnitud de l'objectiu que representa construir un mercat social català, i el fet que sigui una experiència inèdita, requereix també molta activitat de recerca i de creació de coneixement que ajudi a superar punts crítics i riscos, com també a aprofitar millor les oportunitats i les fortaleces.

Una vegada ja disposem d'aquesta visió general del mercat social, comencem a perfilar més acuradament com podria ser el mercat social català.

Figura 5. Estructures i mecanismes ecosistèmics



Font: elaboració pròpia.

2. Mercat de béns i serveis

2.1. Millora de l'oferta

2.1.1. El paper de l'administració

El valor d'un mercat es mesura, en primer lloc, per la quantitat, la qualitat, la varietat i el preu dels productes que s'hi venen. Per tant, totes les actuacions adreçades a millorar l'oferta de l'ESS i també, és clar, la seva comercialització, contribueixen a fer viable un mercat social.

Des del punt de vista de cada entitat, alguns instruments genèrics per millorar l'oferta són la formació de les persones que hi treballen i l'increment de la capacitat inversora de l'organització. Des del punt de vista de l'àmbit en conjunt, han de constituir-se moltes més entitats d'ESS per diversificar l'oferta, especialment en sectors importants socialment i on fins ara l'ESS no ha entrat. A aquesta li manca tenir presència en activitats industrials i tecnològiques, moltes d'elles clau perquè sostenen la resta d'activitats econòmiques.

Les administracions públiques poden contribuir a aquests objectius tant amb actuacions adreçades a fomentar l'emprenedoria social i solidària com amb altres actuacions adreçades a ajudar a la consolidació de les entitats constituïdes de fa poc o amb problemes de viabilitat. Esmentem tot seguit els principals tipus d'actuacions:

- Assessorament i acompanyament a col·lectius de preemprenedors i emprenedors socials i solidaris
- Accés a la innovació
- Avantatges fiscals
- Cessió d'espais i de recursos
- Compra pública responsable
- Detecció d'oportunitats i de necessitats socials per a l'ESS
- Enxarxament amb el teixit social del territori
- Exempcions i bonificacions tributàries
- Facilitació de tràmits
- Finançament
- Formació (en gestió integral cooperativa, en competències comercials, comunicatives, organitzatives, en gestió economicofinancera...)
- Intercooperació
- Millora del marc legal

- Participació directa en iniciatives d'ESS
- Sensibilització a les persones treballadores de l'administració, a la ciutadania en general, als centres educatius i als prescriptors
- Suport a la transmissió i transformació cooperativa: de persones autònomes i de societats mercantils a entitats d'ESS (micropimes mercantils responsables, empreses a punt de tancar per desinterès o jubilació del propietari...)
- Suport a processos d'articulació de l'ESS
- Suport a projectes singulars i emblemàtics d'ESS

Un dels instruments que concentren algunes d'aquestes actuacions són l'ofertament d'espais de treball a les entitats d'ESS locals, en especial les que comencen. De vegades s'anomenen llançadores, d'altres incubadores, ateneus cooperatius o senzillament espais de cotreball. Sovint van acompanyats d'accions d'assessorament i acompanyament o de foment de la intercooperació o l'enxarxament amb el teixit social del barri.

N'hi ha de públics com CoboLAB (abans Cobo) a Sant Boi de Llobregat, Sinergies a Baró de Viver (Barcelona) o el Cafè de Mar a Mataró; d'altres en què la governança és compartida o delegada amb alguna entitat d'ESS com el Labesoc al Prat de Llobregat o Coòpolis a Barcelona. Després n'hi ha de privats, com Uikú al Prat també, o Cooking Girona, ambdós cooperatives de serveis, o els espais del grup cooperatiu Ecos als carrers Casp i Bailèn de Barcelona, o Can Fugarolas, a Mataró, una antiga nau de cotxes ocupada per projectes artístics i d'ESS.

Precisament el món artístic està acumulant una valuosa experiència d'espais de cotreball i de suport a nous projectes. Pensem, si no, en Hangar, gestionat per una fundació, i en la Nau Bostik, tots dos a Barcelona, o en Konvent Punt Zero a Berga, gestionat per una associació. Igualment inspiradors són alguns espais de la cultura *maker* i *fablabs*, en especial Fablab Barcelona, o de naturalesa ambiental com A poc a poc i Can Nova, tots dos a Barcelona també. La majoria són espais cedits per l'Ajuntament barceloní.

Ara com ara, sembla que els espais de titularitat i gestió municipals tenen més dificultats per omplir-se i per generar dinàmiques d'intercooperació. Alguns s'han obert sense que hi hagués una massa crítica prèvia que els necessités, i de moment sobreviuen mig buits; d'altra banda, costa que les entitats usuàries se'ls facin seus i no se sentin merament uns clients o usuaris de l'espai.

Per acabar, no podem oblidar que l'ESS disposa d'una estratègia fonamental per millorar i ampliar la seva oferta, que és la intercooperació productiva, que examinarem a fons en l'apartat següent.

2.1.2. La intercooperació productiva

Cooperar entre cooperatives i, en general, entre entitats d'economia social i solidària (ESS) és la continuació natural dels principis de cooperació i solidaritat que han portat les persones a unir-se amb d'altres per formar entitats d'ESS. És a dir, podríem conside-

rar l'entitat d'ESS com la intercooperació de grau 1, aquella que s'efectua entre persones cooperadores. Després, la cooperació de la nostra entitat amb d'altres ve a ser com pujar un esglaó i practicar el grau 2 de la intercooperació.

La intercooperació, igual com la cooperació, no es decreta. Demana una feina a llarg termini de coneixement profund dels altres fins a generar la confiança que animi a compartir projectes. De la intercooperació es comença a parlar al II Congrés de l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI), celebrat a París el 1896. En aquella reunió, l'Aliança recomanà intensificar les relacions entre les cooperatives de productors i les de consumidors, i afavorir que es creessin comitès i seccions per fomentar relacions internacionals d'intercanvi entre cooperatives. En el mateix sentit, es criticà la duplicació de cooperatives en un mateix territori, especialment les de consum, ja que es considerava una competència inútil entre elles i un malbaratament d'esforços que els impedia de fer front al capitalisme comercial naixent.

Finalment, al XXIII Congrés de l'ACI (Viena, 1966), la intercooperació és introduïda com a principi cooperatiu amb aquestes paraules: «Les cooperatives, per servir millor els interessos dels seus membres i les seves comunitats, han de col·laborar per tots els mitjans amb altres cooperatives en els àmbits local, nacional i internacional».

Més endavant, en el congrés del 1995 de Manchester, es van reescriure els principis cooperatius i, entre ells, el d'intercooperació, que sota el mateix títol que el 1966, «Cooperació entre cooperatives», aquesta vegada es va enunciar així: «Les cooperatives serveixen els seus membres més eficaçment i enforteixen el moviment cooperatiu treballant de manera conjunta per mitjà d'estructures locals, nacionals, regionals i internacionals.»

Com veiem, pocs són els canvis respecte de la formulació de Viena. Per un cantó, s'afegeix la dimensió regional de la intercooperació i, per l'altre, i sobretot, la intercooperació es vincula també a l'enfortiment del moviment cooperatiu i no sols a servir de manera més eficaç els socis. Queda clar, doncs, que el principi de la intercooperació és estratègic per al desenvolupament del cooperativisme i, per extensió, del conjunt de l'ESS.

En aquestes definicions, s'entreveu que la intercooperació és una necessitat imperiosa si es vol desenvolupar la cooperació econòmica en un entorn aliè, en què predomina la competència salvatge i l'obsessió per maximitzar el lucre a costa del que sigui. No obstant això, la intercooperació no s'ha d'entendre tan sols com una actitud defensiva, sinó també proactiva, i utilitzar-la, per tant, per avançar en la legítima aspiració d'aconseguir que els valors i les iniciatives d'ESS siguin hegemòniques en l'economia i la societat. La construcció de mercats socials, aleshores, es pot considerar una eina per assolir aquesta societat, allò que podríem qualificar d'intercooperació integral o de grau 3.

Així doncs, les raons per intercooperar poden ser diverses: per solidaritat i suport mutu,⁷ per obtenir uns avantatges per a la pròpia entitat que, sola, no assoliria o li costaria més d'assolir, i per desenvolupar l'ESS. Són motivacions diferents, però no incompatibles.

7. Ja els estatuts de l'emblemàtica cooperativa de Rochdale, datats del 1844, diuen: «... la societat ajudarà les altres societats cooperatives per establir colònies similars». Jorge Jacobo HOLYOAKE, pàg. 20 i 21, *Historia de los pioneros de Rochdale*, AECOOP-Aragón, Saragossa, 1973).

Així mateix, podem destriar tres grans àmbits per intercooperar, encara que a la pràctica sovint es barregin: el social, el polític i el productiu. La intercooperació social consisteix, per exemple, a donar suport a altres entitats d'ESS que poden passar per un mal moment. És, posem per cas, el suport que va rebre el gimnàs social Sant Pau de Barcelona per part d'altres entitats de l'ESS quan un jutge el volia tancar. Cristal·litzacions de la intercooperació política són la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social, les federacions de cooperatives o la Xarxa d'Economia Solidària. Per últim, la intercooperació productiva es plasma, per exemple, a crear una cooperativa de serveis o un grup cooperatiu.

Perquè puguem parlar d'intercooperació productiva hi ha d'haver un acord o una pràctica estable entre dues o més entitats d'ESS que impliqui compartir recursos —materials però també de competències— i riscos per dur a terme una activitat determinada. El grau més elemental d'aquest tipus d'intercooperació, molt simple però encara no practicat per totes les entitats d'ESS, és la contractació de proveïdors del mateix àmbit; és a dir, a condicions similars, una empresa de l'ESS hauria d'adquirir els béns o serveis que necessita a una altra empresa de l'ESS, en comptes de comprar-los a una empresa mercantil.

Segons estudis efectuats per la Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo (FAECTA), els beneficis de la intercooperació productiva són la millora competitiva derivada de l'economia d'escala, l'increment de vendes i de mercats, l'intercanvi de recursos i, en menor grau, la difusió de marca, noves idees, projectes o formes d'organització, i la millora en el finançament.

Al seu torn, la intercooperació productiva la podem classificar en tres tipus. Un és la intercooperació horitzontal, que es dona entre entitats dedicades a la mateixa activitat per buscar economies d'escala; per exemple, la XAREC. Un segon tipus és la intercooperació vertical, que es dona entre entitats que ocupen llocs diferents a dintre d'una mateixa cadena de valor, cercant sobretot economies d'abast. Per exemple, la intercooperació practicada per Cooperativa Obrera de Viviendas (COV) del Prat de Llobregat i Suara cooperativa, que han obert juntes un centre de dia i casal d'avis. El tercer tipus és la intercooperació multisectorial, que té lloc entre entitats que no es dediquen a la mateixa activitat ni es troben en la mateixa cadena de valor, però que poden compartir factors productius o noves activitats, per exemple, el grup cooperatiu Clade.

De vegades, l'activitat d'intercooperació es formalitza jurídicament i es plasma en acords i convenis intercooperatius, en cooperatives de serveis, xarxes i cadenes de valor o entitats de segon o ulterior grau de naturalesa empresarial —una cooperativa de segon grau— o de naturalesa representativa —un ateneu cooperatiu, una XES local o comarcal, el MESS de Manlleu, Coopdecap a l'Anoia, l'Impuls Cooperatiu de Sants, etc.—. D'altres vegades, en canvi, són pactes informals.

Cas destacat 2: lacentral.coop**Objectius i funcionament**

lacentral.coop és una plataforma en línia d'àmbit estatal de cooperació empresarial i de consum cooperatiu engegada el 2015 per la Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo Asociado (FAECTA), desenvolupada i coordinada per Enreda, una cooperativa sense ànim de lucre.

Aquesta plataforma té tres objectius: estimular la compra a les cooperatives registrades per part dels consumidors responsables, fomentar la connexió i la intercooperació entre les mateixes cooperatives, i fer de xarxa social per als cooperativistes.

Per facilitar la cerca, la plataforma permet buscar per ciutat, tipus de producte o bé productes d'una cooperativa en concret. A més, a la portada de La Central es destaquen les novetats i les promocions, ja que moltes cooperatives ofereixen descomptes als visitants de la plataforma.

Una altra eina amb què compta la plataforma i que pot resultar molt útil per intercooperar és que cada empresa pot configurar les seves debilitats i fortaleses, i la plataforma, creuant aquestes dades, proposa empreses amb què li podria interessar cooperar.

Finalment, el web permet integrar a cada cooperativista dins dels perfils de cada empresa, de manera que cada persona sòcia pot disposar de la seva pàgina a la plataforma des de la qual interactuar amb clients o altres cooperativistes.

FAECTA ha creat també en forma d'aplicació mòbil un geolocalitzador de cooperatives que es pot descarregar en Google Play.

Agents implicats

FAECTA i 1.300 cooperatives registrades que han donat d'alta a la plataforma les seves empreses i els seus productes.

Recursos econòmics

La iniciativa va ser cofinançada pel Fons Social Europeu i la Junta d'Andalusia.

Aplicabilitat

Sembla perfectament factible fer una plataforma digital similar a Catalunya. El que caldria valorar és si té sentit cenyir-la només a les cooperatives (per a això ja es pot disposar de lacentral.coop) o més aviat hauria d'abastar tota l'ESS catalana. Si aquest fos el cas, aquesta plataforma s'hauria de poder vincular al cens de l'ESS, de què parlem al punt 5.3.

Web

<http://lacentral.coop>

2.1.2.1. Els acords i els convenis

Els acords d'intercooperació estan recollits en l'article 142 de la Llei 12/2015, del 9 de juliol, de cooperatives, que estableix que les cooperatives poden signar els acords entre elles que considerin convenients. Per exemple, ARÇ, una cooperativa que és una corredoria d'assegurances especialitzada en el sector de l'economia social i solidària, el món associatiu i les energies renovables, té signats acords d'intercooperació amb gairebé quaranta federacions, associacions, xarxes i cooperatives. Un altre exemple: amb l'objectiu d'avançar cap a un model energètic sostenible, descentralitzat, en mans de la ciutadania i en clau d'economia social i solidària, Coop57, Som Energia i diferents cooperatives del sector energètic van signar un acord d'intercooperació el 2016 per facilitar l'execució i el finançament de projectes d'energies renovables i eficiència ener-

gètica. Un tercer exemple, l'últim: la cooperativa Frescoop té un acord d'intercooperació amb la cooperativa Mbici, dedicada al transport i la missatgeria amb bicicleta, perquè distribueixi les comandes de productes frescos a Manresa; a més, totes dues comparteixen local.

En algunes ocasions, aquests acords consisteixen a oferir els béns i serveis d'unes cooperatives als socis de les altres (art. 141 de la llei); aleshores s'anomenen convenis intercooperatius. La potencialitat d'aquests pactes és enorme. Imaginem-nos convenis entre cooperatives agràries per subministrar aliments als menjadors de les cooperatives d'ensenyament, cooperatives d'assegurances que fan descomptes a socis d'altres cooperatives; cooperatives de camioners que transporten productes de cooperatives agràries i industrials sota tarifes especials; impremtes cooperatives que editen publicitat de productes d'altres entitats de l'ESS, etc. Fins i tot es podria crear un carnet de l'ESS per obtenir descomptes per comprar en entitats d'aquest àmbit.

2.1.2.2. Les cadenes i xarxes de valor d'ESS

Podem definir la cadena de valor com «una organització d'agents integrats o associats a l'entorn de la producció d'un bé o d'un servei amb potencial de mercat, que impulsen una dinàmica i unes relacions des del moment de la producció, passant per la transformació i la distribució, fins a arribar al consumidor o usuari final».⁸ Una altra definició és l'aportada pel projecte Mares Madrid: «Una seqüència d'activitats comercials (funcions) relacionades entre si, que comença pel subministrament de matèries primeres específiques per a un producte determinat, continua amb la producció primària, la transformació i la comercialització, i arriba fins a la venda final al consumidor».⁹

La cadena s'encarna en un grup d'entitats o agents que fan les funcions de productors, processadors, distribuïdors i comercialitzadors d'un producte determinat; en aquesta guia tots ells els englobem genèricament en la categoria de productors. Aquests poden formalitzar la seva relació jurídicament o tractar-la com un pacte verbal que la iteració de les transaccions confirma una vegada i una altra. És a dir, la xarxa de relacions productives s'aferma per les transaccions que s'hi duen a terme de manera recurrent; es passa de l'intercanvi en el mercat «lliure» entre parts anònimes a l'intercanvi dins d'una xarxa que es confirma cada cop que s'hi produeix una nova transacció. Aquesta relació i coneixença mútua constitueix la base sobre la qual es creen sinergies de tota mena, operatives, financeres, de coneixement... En qualsevol cas, cada integrant de la cadena manté la seva independència jurídica i autonomia de gestió.

Les cadenes de valor aporten més qualitat als processos i productes, redueixen costos i augmenten la capacitat de negociació. Per al seu èxit, són clau la confiança entre els productors, la gestió de la cadena, la flexibilitat productiva i la capacitat d'intercanviar coneixements, d'aprendre i d'innovar. Expliquem breument un parell d'exem-

8. CÁCERES GÓMEZ, L. S.; PARDO ENCISO, C. E.; TORRES, A. M. (2013), «La asociatividad y las cadenas productivas: una alternativa de desarrollo para el municipio de Yopal, Casanare». *Cooperativismo & Desarrollo*, 21 (102), 69-75.

9. *Cadenas de valor: guía didáctica*, Mares Madrid, <https://maresmadrid.es>.

ples de cadenes d'ESS per il·lustrar millor com funcionen: Justa Trama i la Cadena Textil Solidaria.

Justa Trama és una cadena dedicada a la plantació de cotó orgànic que serveix per confeccionar peces de roba que després es comercialitzen. Està formada per cinc entitats del Brasil: una associació educativa i cultural i quatre cooperatives; aquestes entitats agrupen unes set-cents persones. Justa Trama neix el 2004 arran d'un encàrrec que fa el Fòrum Social Mundial de 70.000 bosses a unes quantes cooperatives de la regió. Quan acaben la comanda, algunes d'aquestes entitats es plantegen seguir treballant juntes i estudien formar una cadena que integri tot el procés de producció, des de la plantació del cotó orgànic fins a l'elaboració dels vestits. Aquests es venen al mercat municipal de Porto Alegre, en botigues dels associats, centres públics, botigues d'economia solidària i arriben, fins i tot, a Itàlia i l'Estat espanyol.

La Cadena Textil Solidaria és una altra cadena de valor dedicada al mateix, però en aquest cas a les províncies argentines de Chaco i Corrientes. Fou impulsada el 2003 per l'ONG Otro Mercado al Sur, i se sustenta en tres pilars: producció agroecològica, comerç just i economia solidària, i consum responsable. Està integrada per vuit cooperatives i una associació, i dona feina a unes set-cents persones. Com en el cas de Justa Trama, l'augment de la qualitat del producte i l'abaratiment de costos ha permès millorar les condicions de vida de les persones de la cadena. Aquestes, però, han de garantir que només una part de la superfície que sembren la dediquen al cotó, per augmentar la sobirania alimentària en lloc de caure en el monocultiu.

L'anàlisi de les cadenes de valor per part del moviment d'economia social i solidària tindria, almenys, dues utilitats. La primera seria detectar les baules de la cadena que són empreses capitalistes amb l'objectiu de substituir-les per altres d'ESS, bé fos per una entitat que ja existeix, bé per una de nova que s'ajuda a crear. La segona seria establir acords d'intercooperació amb altres entitats immediatament més «amunt» o més «avall» de la cadena, com ara presentant-se de manera conjunta a concursos mitjançant una UTE o a nous clients, fent demandes conjuntes de finançament, innovant en el procés de producció de manera conjunta, etc.

Així com la cadena ve a ser una xarxa formada per nodes cada un dels quals s'especialitza en la feina corresponent en una fase del procés productiu d'un producte determinat, també ens trobem amb altres xarxes de valor d'ESS que produeixen més d'un bé o servei, de manera que, per a la producció de cada un d'ells, són entitats diferents de la xarxa les que intercooperen. La generació de talent i de recursos compartits entre els agents d'aquestes xarxes (coneixements, equipaments, espais) fa augmentar llur eficiència global i capacitat d'innovació. Fixem-nos que tant les cadenes com les xarxes de valor reemplacen el mercat «lliure» per un mercat format per un conjunt d'entitats que es coneixen i planifiquen la producció entre elles.

Cas destacat 3: Els tallers de cadenes de valor de Mares

Objectius i funcionament

MARES és un projecte pilot innovador de transformació urbana mitjançant iniciatives d'ESS a la ciutat de Madrid. Entre els seus objectius remarquem la creació d'empreses d'ESS, la generació de teixit productiu i comunitari, i la promoció de bones pràctiques ciutadanes i institucionals que portin a una ciutat molt més sostenible, saludable i cooperativa.

MARES se centra en cinc sectors d'activitat diferents, cada un radicat en un antic espai municipal en desús d'un barri de Madrid: la mobilitat a Vallecas, l'alimentació a Villaverde, el reciclatge a Vicálvaro i l'energia al Centre. A més, hi ha un cinquè sector, general a tots els districtes, que és el de les cures.

Entre el 15 de març de 2017 i el juliol del 2018, ja havien participat a MARES 278 projectes i iniciatives, 33 més havien estat incubades en un dels cinc espais, s'havien generat 6 comunitats d'aprenentatge i es feien una trentena d'activitats mensuals de formació i sensibilització.

Un tipus d'activitat de MARES és l'anomenat «Taller de cadenas detonadoras». Pretén aconseguir que els diferents agents d'una cadena de valor, estudiada prèviament, treballin de manera coordinada i adaptant-se a la demanda canviant del mercat, com també que l'intercanvi i la innovació que es pugui generar beneficiï totes les baules de la cadena.

Es tracta d'optimitzar els productes que s'ofereixen a la cadena de valor, de fomentar la viabilitat de les activitats productives que formen part de la cadena, d'afavorir el reequilibri entre les diferents baules si s'observen desigualtats clares, i d'identificar àrees d'oportunitat que permetin, amb el treball conjunt de totes o diverses baules de la cadena, reduir costos, aprofitar millor els recursos, afavorir la visibilitat dels productes i desembocar en acords concrets d'intercooperació.

En el taller s'analitza de manera conjunta una cadena de valor i es treballa amb els agents que en formen part. Això permet apreciar que l'activitat econòmica de cada agent s'interrelaciona amb altres actors i que, segons com actuin uns i altres, cadascun d'ells obtindrà més o menys beneficis i poder de negociació.

En cada taller acostumen a participar una vintena d'agents i és dinamitzat per persones facilitadores que coordinen el procés i fomenten els acords.

MARES ha editat una guia didàctica sobre les cadenes de valor («Cadenas de valor: guía didáctica»), així com un document amb una vintena de cadenes de valor treballades: reciclatge, missatgeria, energia fotovoltaica, gent gran i dependents, aliments ecològics, etc. Tots dos documents es troben al seu web en pdf i es poden descarregar.

Agents implicats

MARES és un projecte promogut per l'Ajuntament de Madrid, juntament amb vuit entitats sòcies: Dinamia, Estudio SIC, Vivero de Iniciativas Ciudadanas, Ecoo, Todo para la praxis, Agencia para el Empleo, Acción contra el Hambre i el grup cooperatiu Tangente.

Recursos econòmics

MARES rep finançament europeu, ja que va ser un dels divuit projectes seleccionats entre les més de tres-cents propostes que es van presentar a la convocatòria Urban Innovative Actions de la Comissió Europea.

És un projecte per a tres anys, del 2017 al 2019.

Aplicabilitat

El projecte necessita un gran finançament, però si s'aconseguís seria perfectament aplicable a Catalunya.

Web i contacte

<https://maresmadrid.es>

Adreça: Calle de Toledo, 108, 28005 Madrid

2.1.2.3. La creació de noves entitats de segon grau

Una altra forma de vehicular la intercooperació és constituir noves societats de propietat conjunta. Les formes jurídiques d'ESS que aquesta nova societat pot adoptar són diverses. Vegem-les tot seguit.

Cooperatives de serveis

Les cooperatives de serveis estan regulades per l'article 129 de la Llei de cooperatives, que les defineix com aquelles cooperatives «que associen persones físiques o jurídiques que són titulars d'explotacions industrials o de serveis i professionals o artistes que exerceixen llur activitat per compte propi». El seu objecte social és «la prestació de subministraments i serveis i l'execució d'operacions destinades al millorament econòmic i tècnic de les activitats professionals o de les explotacions de llurs socis».

Mentre que els principals actius es mantenen en propietat i possessió de cada persona sòcia, sigui física o jurídica, la cooperativa de serveis permet que aquestes persones es proveeixin i comercialitzin de manera conjunta a través seu. Les activitats que es comparteixen en una cooperativa de serveis poden ser molt variades: des d'adquirir sòl industrial en polígons i dotar-lo de subministraments comuns i altres facilitats per a les empreses sòcies fins a millorar les condicions de compra de productes per a una activitat hotelera. Perquè aquest darrer és, precisament, un dels principals avantatges de la intercooperació productiva: aconseguir un poder de negociació superior en la compra de matèria primera i en la venda del producte, gràcies al volum. Músics de Girona, Costa Brava Verd Hotels, Productes Forestals de la Catalunya Central, Coop57, Roba Amiga o la Xarec són exemples de cooperativa de serveis.

Cas destacat 4: La Xarec

Objectius i funcionament

La Xarec és la Xarxa de Restauració i Cultura Cooperativa. Actualment es defineix com a cooperativa de serveis a la restauració i al turisme responsable, i està formada per una quinzena d'iniciatives d'arreu de Catalunya, la gran majoria cooperatives de treball.

La xarxa arrenca gràcies a l'oportunitat que ofereix la Xarxa d'Economia Solidària perquè diferents bars i restaurants cooperatius es facin càrrec de tota l'activitat de restauració de la Fira d'Economia Solidària de l'any 2014, que fa que tres de les iniciatives visquin una experiència positiva d'intercooperació. A partir d'aquí la xarxa va creixent facilitant el suport mutu entre les entitats integrants fins que el 2018 es constitueix com a cooperativa de serveis.

Al seu web podem llegir: «Som el resultat natural d'una necessitat comuna, la intercooperació. Protegir-nos, reconèixer-nos les unes en les altres i solucionar aquells reptes que se'ns plantegen en el dia a dia dels nostres projectes, però no de manera aïllada, sinó des de la solidaritat i el suport mutu». I seguidament esmenten els àmbits d'intercooperació en què han començat a treballar:

- Productes i proveïdors: coneixement col·lectiu, borsa compartida de proveïdors, negociacions conjuntes, cura dels proveïdors petits.
- Comunicació: creació d'una referencialitat comuna que permeti visibilitzar els projectes de forma conjunta.
- Segell: elaboració d'un segell de qualitat que reculli els criteris que esperen d'un projecte de restauració i turisme responsables perquè els serveixi de filtre per determinar qui formarà part de la cooperativa.

- Acol·lida i relacions cooperatives: demostració que es pot plantejar la restauració i la cultura d'una forma diferent, que es poden construir unes relacions laborals conscients, corresponsables i sobretot horitzontals, que cal resignificar la paraula «èxit».
- Formació: socialització de l'experiència acumulada, l'expertesa d'unes quantes i la voluntat de fer les coses bé de moltes altres.

Recursos econòmics

Per crear la cooperativa de serveis van rebre una subvenció del programa Projectes Singulars del Departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat.

Aplicabilitat

Una quinzena de cooperatives de restauració i turisme responsable.

Web i contacte

<https://www.xarec.coop>

info@xarec.coop

Cooperatives de segon grau

La cooperativa de segon grau és una de les fórmules d'intercooperació productiva més esteses. Es tracta d'una entitat jurídica formada, exclusivament o principalment, per cooperatives de primer grau, que són les sòcies. Al seu torn, les cooperatives de grau ulterior, tercer, quart..., serien les formades per cooperatives de segon, tercer... grau.

El capítol IX de la Llei de cooperatives regula aquesta mena de societats. Concretament, l'article 137 estableix que «les cooperatives de segon grau tenen per objecte la intercooperació, la integració econòmica o la integració empresarial de les entitats que en són membres, amb l'extensió o l'abast que estableixin els estatuts respectius».

Poden ser socis d'una cooperativa de segon grau «les cooperatives de primer grau, els socis de treball o tota entitat o persona jurídica, pública o privada, i els socis col·laboradors, que s'hi incorporen en les mateixes condicions que en la resta de cooperatives, i els empresaris individuals sempre que existeixi convergència d'interessos o necessitats i que els estatuts no ho prohibeixin. En tot cas, les cooperatives que en són sòcies tenen en tot moment i en tots els òrgans, com a mínim, més de la meitat dels vots socials» (article 138).

Les principals característiques de la cooperativa de segon grau són les següents: les empreses que la integren no desapareixen sinó que continuen mantenint la seva autonomia jurídica; les empreses sòcies determinen el grau d'implicació que volen tenir amb la resta del grup i poden causar baixa en el moment que vulguin; no cal crear cap nova infraestructura, al contrari, sovint es pot aprofitar la ja existent entre les empreses sòcies, i el risc és limitat perquè no existeix vinculació patrimonial.

Exemples de cooperatives de segon grau són Som Ecològica, dedicada al transport urbà de mercaderies en bicicleta a Girona; Labcoop, que impulsa l'emprenedoria social cooperativa; la valenciana Coarval, dedicada a donar subministrament i servei a les cooperatives agràries sòcies, i Llet Nostra, que envasa i comercialitza la llet de molts ramaders catalans.

Grups i consorcis cooperatius

D'acord amb l'actual llei de cooperatives, un grup cooperatiu és un subtipus de la cooperativa de segon grau que té lloc quan aquesta es constitueix amb la finalitat d'integrar empreses. El grup cooperatiu és l'escala immediatament anterior a la fusió entre cooperatives, la qual de vegades no és positiva, perquè pot ser que no suposi pràcticament cap millora i, en canvi, faci perdre referents culturals.

En el grup cooperatiu, cada entitat que en forma part ha d'assumir que algunes de les seves decisions estratègiques, operatives o de gestió, les prendrà conjuntament amb la resta de membres. Hi pot haver, per exemple, una planificació estratègica conjunta, òrgans de gestió compartits, un reglament de règim intern, etc. El grup cooperatiu pot tenir la funció de centre d'assessorament estratègic i de suport a la gestió de cada entitat sòcia. A més, una part dels recursos o excedents de cada entitat serà destinada al grup cooperatiu per tal de realitzar inversions conjuntes o ser redistribuïts de manera solidària entre les diferents entitats.

Aquest és el cas del grup cooperatiu TEB. Les entitats del Grup TEB formen part de la cooperativa de segon grau Taller Escola Barcelona. A través de l'assemblea i del consell rector d'aquesta cooperativa, que actua com a «entitat cap de grup», es prenen decisions que afecten totes les cooperatives membres del TEB. Altres grups cooperatius catalans són Uni.Co, Som, Ecos, Gedi, Clade, Plegats i Entrem-hi.

Encara existeix un tercer grau d'integració, que serien els consorcis cooperatius o les corporacions cooperatives. Mondragón seria el cas més paradigmàtic de corporació cooperativa. Aquesta figura està recollida en la Llei de cooperatives d'Euskadi, en el seu article 135: «Es denominaran corporacions cooperatives aquelles agrupacions empresarials que, constituïdes majoritàriament per cooperatives de primer i segon o ulterior grau, tinguin per objecte la definició de polítiques empresarials, el seu control, i, si escau, la planificació estratègica de l'activitat dels seus socis, així com la gestió dels recursos i activitats comunes».

Cas destacat 5: Què aporta Mondragón a les cooperatives sòcies?

La Corporación Cooperativa Mondragón és un dels principals grups empresarials de l'Estat espanyol. Té uns ingressos anuals de 12.000 milions d'euros i una plantilla de més de 80.000 persones treballadores. Està integrada per 266 empreses (98 d'aquestes són cooperatives), i compta també amb una mutualitat de previsió social (Lagun Aro) i una caixa d'estalvis (Laboral Kutxa). Aquests són els serveis que el grup aporta a les cooperatives sòcies:

1. Suport, desenvolupament i orientació estratègica
 - Unitat de Promoció Empresarial
 - Unitat de Comunicació i Mitjans Creatius
 - Informació macroeconòmica i corporativa per a la gestió estratègica i operativa
 - Marc per a la gestió/política empresarial
 - Suport als processos de definició estratègica

2. Recursos corporatius

- MCC Inversiones (aportacions i préstecs)
- Fundación MCC
- Compensació de pèrdues
- Projectes FEPI, Educatius i R+D
- Suport a projectes internacionals en l'àmbit tecnològic

3. Formació/Difusió/Ocupació

- Otorora Formación/captació de directius
- Formació dels òrgans socials
- Plans generals de formació
- Sistema de gestió mediambiental
- Sistema de gestió de riscos laborals
- Formació/Difusió del model de gestió corporatiu
- Intercanvi d'experiències
- Formació per a la gestió internacional
- Gestió de l'ocupació
- Anàlisi retributiva
- Revista TU Lankide

4. Suports corporatius amb altres institucions

- Convenis amb universitats
- Conveni amb el Govern basc i Govern de Navarra (Indústria, Treball, Comerç)
- Conveni amb entitats financeres (nacional/internacional)
- Conveni amb Elkargi
- Altres convenis (ASLE, ONCE, etc.)
- Noves figures financeres
- MCC Desarrollo Sociedad de Promoción de Empresas (SPE)
- Imatge i relacions institucionals corporatives (nacional/internacional)

5. Promoció i suport a la gestió internacional

- Presència institucional
- Projecció internacional per mitjà de la Corporació (institucions, socis, etc.)
- Estudi/Anàlisi d'oportunitats d'internacionalització (mercat, compres, etc.)
- Suport de delegacions corporatives: Xina, Brasil, Índia
- Participació en suports internacionals (Euscol, Zagros, Aldatutrade, plataforma MERCOSUR, etc.)

6. Suport jurídic i institucional

- Assessorament i suport institucional/cooperatiu
- Assessorament jurídic
- Seguiment i desenvolupament legislatius
- Defensa d'interessos comuns davant les administracions
- Coordinació amb centres educatius i de recerca

7. Suport per a l'optimització

- Unitat de tresoreria
- Unitat de gerència de riscos
- Comunicació per intranet
- Informacions per a la gestió (control de gestió, competidors, etc.)
- Assessorament en negocis crítics
- Estudis sectorials
- Seguiment i desenvolupament legislatiu/jurídic/fiscal

8. Mètodes i eines

- Coordinació/Vigilància tecnològica
- Base de dades tecnològiques i indicadors EFQM
- Eines/metodologies/Qualitat
- Gestió estratègica. Mètodes i eines. Nous negocis
- Desplegament d'objectius. Model PG
- Centre de Qualitat C2

Font: MCC: *El empuje de la intercooperación*. TU Lankide, núm. 428, octubre del 1998

Pel que fa als consorcis, són estructures d'intercooperació empresarial de tercer grau, és a dir, agrupen entitats cooperatives de segon grau. Itàlia és, per excel·lència, el país dels consorcis cooperatius, sobretot els que associen federacions de cooperatives socials. Els consorcis, una desena al país, estan territorialitzats i entomen grans contractes que després reparteixen entre les cooperatives sòcies; desenvolupen serveis de suport, per exemple comercials, i obren nous mercats. És el cas del consorci nacional de la cooperació social Gino Mattarelli, integrat a la vegada per una cinquantena de consorcis territorials, els quals afilien unes vuit-centes cooperatives socials. També hi ha consorcis en el sector agroalimentari, per exemple, el Consorzio Torre Pallavicina, nascut el 1936, que agrupa productors de llet de Bèrgam i s'ocupa de tot el procés de producció: recollida de la llet, processament, proveïment, maduració i venda.

Fundacions i associacions de segon grau

De vegades, les figures societàries de la fundació o de l'associació s'ajusten millor que les cooperatives de serveis o de segon grau a les necessitats d'intercooperació de les entitats de l'ESS.

Per exemple, Intermedia és una fundació sense afany de lucre que ajuda a trobar feina, especialment a persones que es troben en situació de vulnerabilitat social i laboral. Està homologada com a agència de col·locació. Aquesta entitat és promoguda alhora per les fundacions IReS i Surt, així com per Suara Cooperativa. Ofereix formació, orientació i intermediació laboral a empreses però també a administracions, i té com a clients finals persones privades de llibertat, entre d'altres.

2.1.2.4. Com pot l'administració local promoure la intercooperació econòmica?

A més de les accions generals de foment i promoció de l'ESS, les administracions locals poden impulsar l'acció d'intercooperar divulgant experiències d'èxit d'intercooperació, organitzant activitats perquè les entitats d'ESS es coneguin i, fins i tot, promovent que comparteixin projectes, bé sigui incorporant la intercooperació com a clàusula social en les seves licitacions o com a requeriment dins dels processos de compra pública i de subvenció, bé sigui d'altres maneres.¹⁰

En aquest sentit, ve a tomb recordar l'origen de Justa Trama, que esmentàvem més amunt. Aquesta cadena va néixer gràcies al fet que el Fòrum Social Mundial, l'any 2004, va encarregar 70.000 bosses a unes quantes cooperatives de la regió. Del treball conjunt que van haver de fer per complir amb aquest encàrrec, es va derivar després que algunes es plantegessin seguir treballant juntes, tal com havien fet, i estudiessin formar una cadena que integrés tot el procés de producció, des de la plantació del cotó orgànic fins a l'elaboració dels vestits. La Xarec té un origen similar, com hem vist en el cas destacat 4.

D'altra banda, l'estímul a la cooperació entre empreses o associacions és una pràctica habitual, per exemple, en molts programes europeus, quan s'exigeix que aquests siguin duts a terme per entitats de diversos països de la Unió.

2.1.3. Atracció d'empreses socialment responsables

La construcció d'una economia basada en els principis i valors de l'ESS requereix apropar a aquesta moltes petites iniciatives empresarials mercantils, com ara comerços i tallers de proximitat, professionals autònoms, petites indústries, etc. En realitat, una part d'aquestes iniciatives no persegueixen el lucre, sinó simplement disposar d'una font d'ingressos que permeti als seus protagonistes viure de manera digna. Tots coneixem al nostre barri persones i establiments d'aquest tipus. En aquests moments, la supervivència d'aquests petits negocis, sovint unipersonals o familiars, es troba amenaçada per la competència de les grans empreses i de la gran distribució comercial.

Una part significativa d'aquestes activitats produeixen béns i serveis útils a les persones i probablement compleixen ja algun criteri dels establerts al mapa de consum responsable del Pam a Pam. Se'ls podria acostar més a l'ESS si es fes un treball de sensibilització i una política pública d'estímuls positius i negatius perquè incorporessin més pràctiques socialment responsables, com ara la reducció del consum energètic i dels residus, a més de la gestió adequada d'aquests; la millora de les condicions laborals, l'equitat de gènere, l'arrelament territorial o la relació amb proveïdors responsables.

Diem «acostaria» perquè entenem que, en molts casos, no es donaria mai un criteri fonamental de l'ESS com és la gestió democràtica de l'entitat. Probablement, en moltes

10. Per exemple, Zaragoza Activa ha impulsat un espai de cotreball (La Azucarera) on les persones emprenedores no paguen per l'espai de què hi disposen, sinó que, a canvi, aporten unes hores de serveis a la resta de membres de la comunitat. Aquesta hibridació entre espai de cotreball i banc de temps ha afavorit el sorgiment de molts projectes conjunts.

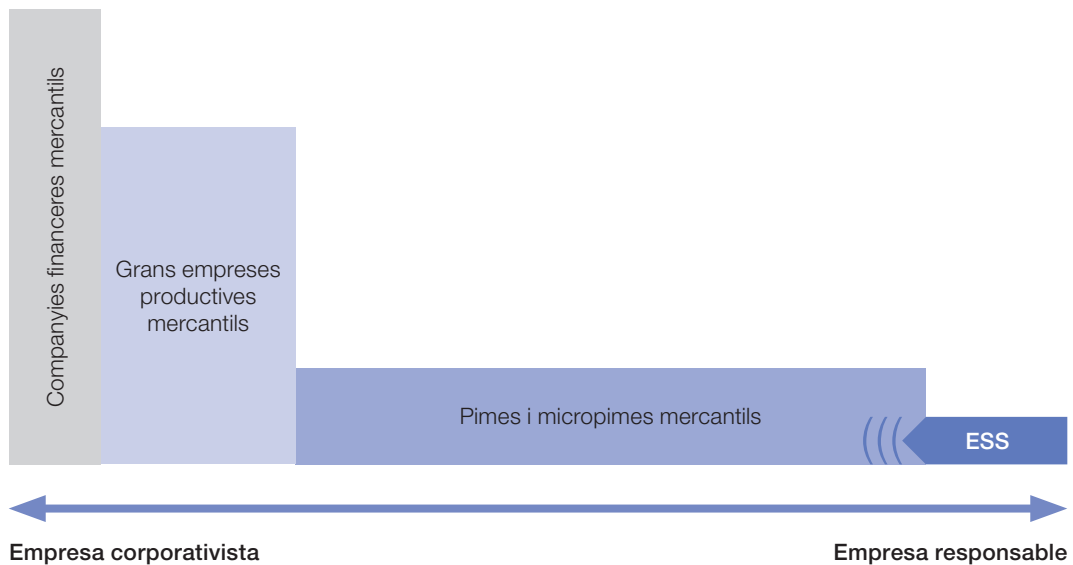
botigues i tallers on la plantilla està formada per «l'amo o la mestressa» i unes quantes persones més assalariades, la propietat seguiria sense compartir-se i el poder de decisió, almenys en última instància, també.

Aquest sector proper a l'ESS el podríem anomenar micropimes mercantils responsables, en la mesura que la immensa majoria són micro, petites o a tot estirar mitjanes empreses amb pràctiques de responsabilitat social.

Els dispositius per construir mercats socials haurien de tenir en compte aquest sector. En molts indrets, les micropimes mercantils responsables poden ser imprescindibles per disposar de la varietat de béns i serveis necessària per articular cadenes de valor d'ESS o per donar valor a la moneda de l'ESS. Així ho ha entès, per exemple, l'Ajuntament de Cardedeu, el qual, en el cens d'ESS que ha creat, en el marc de l'elaboració del Pla d'Acció en ESS, inclou societats limitades i persones autònomes.

Figura 6. L'ESS com a atractor d'una part de les pimes (pimes mercantils responsables).

El prestigi social de l'ESS i el suport que rebí de l'administració pot esperonar una part de les pimes i micropimes mercantils a dur a terme pràctiques substantives de responsabilitat social o a intensificar-les, i esdevenir micropimes mercantils responsables.



Font: elaboració pròpia.

2.1.4 Comercialització

Quan parlem de comercialització, fem referència als canals i estratègies que les entitats productores d'ESS utilitzen per fer arribar els seus béns i serveis a les persones consumidores (físiques o jurídiques). La comercialització, doncs, és el nexa d'unió entre la producció i el consum.

Les estratègies de distribució o comercialització són molt diverses, i molt diferents segons sigui el tipus de bé o servei. Generalment, la comercialització s'associa a la distribució de

productes, i entre els productors i els consumidors trobem majoristes, que compren i venen a l'engròs, i minoristes, que venen directament al consumidor final. De tota manera, aquest esquema pot adoptar molts matisos en funció del tipus de producte (trobarem diferències substancials entre els canals de distribució agroalimentaris i els de components electrònics o de l'automòbil) i, encara més, si parlem de comercialització de serveis.

Val a dir que la concentració i el control dels canals de distribució en poques mans constitueix sovint una font d'injustícia i de desapoderament de les baules febles de la cadena: els petits productors, que no tenen capacitat de negociació i, doncs, estan sotmesos a les condicions de la distribució, i els consumidors, que no tenen capacitat d'incidir en l'oferta i disposen d'un accés molt limitat a la informació sobre el producte.

Precisament, l'ESS intenta revertir i prevenir les condicions d'injustícia causades per la concentració empresarial en la distribució, i de fet el comerç just ha estat la punta de llança en aquestes reivindicacions. Aquest moviment neix als anys seixanta del segle passat als Països Baixos i Bèlgica amb l'objectiu de vendre en condicions dignes als països occidentals productes elaborats per persones camperoles i artesanes del Sud. El moviment va arribar a l'Estat espanyol a mitjan dècada de 1980, on avui està força consolidat i disposa d'espais de coordinació com ara la Coordinadora Estatal de Comerç Just.¹¹ A Catalunya hi té una articulació important, com ho demostra l'organització conjunta de la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica,¹² que ja ha celebrat quinze edicions i arriba a desenes de municipis. Aquesta festa l'organitzen les principals entitats de comerç just: Alternativa 3, Oxfam Intermón i la Xarxa de Consum Solidari.

Malgrat que aquests foren els orígens de les reivindicacions per millorar les condicions de distribució i comercialització, se cenyien a la perspectiva Nord-Sud, i generalment als productes alimentaris. L'economia social i solidària amplia la mirada a la resta de sectors i, per evitar confusions, s'estima més parlar de comercialització justa, que entén com la pràctica comercial que vetlla per un repartiment equitatiu de l'excedent entre els diferents agents de la cadena de valor, que intenta incloure els col·lectius més desfavorits, que cerca l'equitat de gènere, que vetlla pel respecte al medi ambient i per un ús adient dels recursos naturals, que promou la participació i la posada en pràctica d'estructures de governança transparents i/o compartides, que presta un servei de qualitat i que, en la mesura del possible, aposta per la proximitat entre la producció i el consum.¹³

A continuació s'exposen diferents instruments i estratègies que poden afavorir aquesta comercialització justa en el context de la construcció de mercat social.

11. <http://comerciojusto.org>.

12. Avui Som Comerç Just i Banca Ètica.

13. Publicació *Sí que hi ha alternatives. Experiències de comercialització justa a Catalunya*. Setem Catalunya i Consorci de la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica. Barcelona, 2014. Disponible aquí: <https://bit.ly/2DNpTh4>.

2.1.4.1. Fires i mercats locals

Les fires i els mercats locals són, segurament, el canal de comercialització més antic que existeix, la màxima expressió de l'espai d'intercanvi de béns i serveis entre consumidors i venedors. Els mercats locals segueixen sent avui un recurs habitual de compra, especialment de productes alimentaris, ja sigui en mercats municipals o en mercats setmanals —on també es troben habitualment una gran diversitat de productes—. Les fires tenen un caràcter més puntual, normalment estan especialitzades temàticament o sectorialment, i es diferencien també segons siguin fires professionals o adreçades al públic general.

L'economia social i solidària ha vist en les fires i els mercats locals una estratègia clau per fer arribar els seus productes a la població. Els darrers anys han proliferat les fires d'economia social i solidària, i també, per la influència del moviment agroecològic, els mercats periòdics de productes agroecològics.

Com a canal de comercialització, fires i mercats locals presenten característiques diferents. Així, les fires són més un espai d'exhibició puntual per donar a conèixer el bé o servei a una gran quantitat de públic en poc temps, de manera que compleix un paper de promoció i divulgació més que no pas de venda. Els mercats locals, en canvi, pel seu caràcter regular (setmanal, mensual), sí que es converteixen en canals de venda de producte i, en conseqüència, són un canal de comercialització directa que les persones i organitzacions productores tenen a l'abast.

Recorregut i implementació a Catalunya

Com dèiem, a Catalunya trobem dos recorreguts diferenciats entre les fires i els mercats locals vinculats a l'economia social i solidària.

Quant a les fires, la primera edició de la Fira d'Economia Solidària de Catalunya organitzada a Barcelona per la Xarxa d'Economia Solidària l'any 2012 suposa el tret de sortida de l'organització d'aquest tipus d'esdeveniments amb caràcter pròpiament d'ESS. A partir d'aquesta experiència i amb la proliferació de xarxes locals d'ESS i la bona rebuda dispensada per moltes administracions locals, han proliferat les fires locals d'ESS (vegeu el cas destacat 6).

En els mercats de pagès o agroecològics, costa més establir l'origen i el recorregut, sobretot perquè els mercats ja han constituït històricament espais de venda regular per a la pagesia. Amb la globalització dels circuits agroalimentaris, la majoria de mercats han passat a ser ocupats pel comerç ambulant minorista, el qual, però, es proveeix dels aliments que es comercialitzen als mercats centrals de distribució i, per tant, es desvincula dels projectes productius. Així doncs, d'alguna manera, els mercats de productors agroecològics venen a recuperar el funcionalment original dels mercats, on era la mateixa pagesia qui venia els seus productes directament a la població i això facilitava també el coneixement del producte i del projecte que hi havia al darrere.

De mercats de pagès destaquen Món Empordà, que ja es va descriure en la *Guia d'experiències d'economia social i solidària als municipis*,¹⁴ i els del Baix Llobregat. N'hi ha d'altres més recents com Fem Mercat al barri de Vallcarca de Barcelona,¹⁵ els mercats de pagès promoguts per la Xarxa de Consum Solidari a diversos barris de Barcelona, la secció KM0 Osona del mercat dels dilluns de Manlleu¹⁶ o el mercat de pagès de Cardedeu.¹⁷

Cas destacat 6: Les fires d'economia social i solidària

Objectius i funcionament

Les fires d'economia social i solidària, en termes generals, tenen aquests objectius:

- Donar a conèixer les iniciatives d'ESS a la ciutadania en general i fer visible els seus productes.
- Augmentar el nombre de persones i d'organitzacions compromeses directament amb l'ESS, ja sigui com a persones consumidores, o com a emprenedores o treballadores d'una iniciativa d'ESS.
- Fomentar la intercooperació entre les iniciatives locals d'ESS.

Les fires celebrades els darrers anys han combinat diverses fórmules organitzatives: algunes han estat impulsades pel teixit local d'ESS, d'altres per les administracions locals, i moltes (la majoria) conjuntament entre l'ESS local i l'administració. Generalment, les fires combinen tres espais:

- Els estands informatius de les mateixes iniciatives de l'ESS, on poden explicar a la ciutadania què fan i difondre de primera mà el seu funcionament i els seus objectius.
- Activitats de divulgació i debat sobre el paper de l'ESS com a motor de transformació socio-econòmica.
- Activitats lúdiques i festives per amenitzar les fires i permetre també la participació d'infants.

En algunes fires s'han generat espais de caràcter més professional, per fer que les entitats puguin conèixer-se entre elles i establir projectes conjunts.

Agents implicats

Com dèiem, la majoria de fires sorgeixen d'una combinació del teixit d'ESS i l'administració pública. Val a dir, però, que algunes experiències mostren que, si no hi ha una implicació activa i, fins i tot, un lideratge per part de les iniciatives, es corre el risc que els falti dinamisme, ja que sovint les entitats tenen més capacitat de mobilitzar i d'arribar a la ciutadania que els ajuntaments.

A continuació detallem un recull de les darreres fires d'ESS celebrades a Catalunya:

- La Fira d'Economia Solidària de Catalunya: organitzada a Barcelona per la Xarxa d'Economia Solidària, d'abast català. El 2018 se'n va celebrar la setena edició. Més informació: <http://fesc.xes.cat>
- La Fira d'Economia Social i Solidària de Manresa: <https://bit.ly/2ZUYTFT>
- La Fira d'Economia Social de Terrassa: <https://bit.ly/2VlbVY1>
- La Fira d'Economia Social i Solidària de Sabadell: <https://bit.ly/2Vec5r0>
- La Fira de l'Economia Social i Solidària de Mataró: <https://bit.ly/2zPuKOR>
- La Fira d'Economia Social i Solidària de Sant Cugat del Vallès: <https://bit.ly/2LmctiE>
- La Fira d'Economia Social i Consum Responsable de Granollers: <https://bit.ly/2Y9m8ul>
- La Fira d'Economia Social del Barcelonès Nord: <https://bit.ly/2H987pN>
- La Fira d'Economia Social i Cooperativa del Baix Llobregat: <https://bit.ly/2WorJwa>

14. Pàgina 115. Disponible aquí: <https://bit.ly/2DNH1n4>.

15. <https://bit.ly/2V1YPk6>.

16. <https://bit.ly/2WllXeJ>.

17. <https://bit.ly/2E7z8Jm>.

Durada i recursos econòmics

Les fires generalment se celebren durant un cap de setmana.

Les principals necessitats de recursos són:

- Espai i infraestructura per a muntar estands, fer xerrades i activitats divulgatives, etc.
- Campanya de comunicació per divulgar la fira: presència a mitjans, programa d'activitats, fullets informatius, etc.
- Persones tècniques encarregades de la coordinació general; revesteixen una importància especial la logística i els continguts.

Aplicabilitat

La seva proliferació els darrers anys i a diferents municipis demostra que és un tipus d'experiència molt repetible i adaptable a escala local.

Web i contacte

Posem el contacte de la Fira d'Economia Solidària de Catalunya, en ser la primera i la més gran de Catalunya.

Web: <http://fesc.xes.cat>

Correu electrònic: coordinacio.fesc@xes.cat

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

Twitter: https://twitter.com/xes_cat

Adreça: C/ Bailèn 5, baixos. 08010 Barcelona.

2.1.4.2. Centrals de compra i logística compartida

En la distribució, les funcions de central de compra les han complert generalment els qui anomenem majoristes: empreses que compren a diferents productors en grans quantitats i venen als minoristes o venedors al detall. En termes generals, la dimensió i el funcionament d'aquestes centrals de compra responen a les necessitats d'uns corredors logístics que, en el cas de Catalunya, estan disposats des d'una lògica europea i global, i que les darreres dècades han canviat del tot la fesomia de la distribució.

El gran exponent d'aquest canvi són els Mercas, mercats centrals gestionats per l'empresa pública Mercasa. A tot l'Estat hi ha 23 Mercas; els més importants són Mercabarna i Mercamadrid. Un parell de dades il·lustren la magnitud d'aquests nodes de distribució: el 13 % de la fruita i la verdura consumides a l'Estat passen per Mercabarna, i de totes elles, un 12 % provenen de Catalunya, un 35 % de la resta de l'Estat i el 53 % restant de tercers països. El més rellevant, més enllà de l'origen, és que aquests mercats centrals són també la principal via d'accés a productes alimentaris per als consumidors catalans: per posar un exemple, el 42 % dels productes que es venen als mercats municipals procedeixen de Mercabarna.¹⁸ Més enllà dels volums totals, per al mercat de fruites i hortalisses, a Mercabarna hi ha dos grans tipus d'operadors: les empreses majoristes i les cooperatives agràries. La presència d'aquestes no ha parat de disminuir —s'ha passat de 23 el 1991 a 11 el 2012—, i el nombre de majoristes s'ha reduït i concentrat: a l'any 2012, quatre empreses controlaven el 13 % dels punts de venda del mercat central de fruita i verdura.

18. Dades extretes de l'informe: *La Ruta del Tomàquet: eines de reflexió cap a una nova cultura del consum urbà*. Observatori del Deute en la Globalització, 2014.

Els Mercas se centren molt en la distribució de productes agroalimentaris, però no tant en serveis, on les centrals de compra prenen formes molt diferents i no tan associades a la forma majorista clàssica, sinó que tendeixen a caracteritzar-se per estratègies de concentració de l'oferta de serveis per tal d'assolir públics més grans, on el majorista és un comissionista de les vendes assolides per les empreses proveïdores. Veiem, doncs, que l'objectiu de les estratègies majoristes és afavorir la circulació de grans volums per guanyar en economies d'escala i abaratir preus. El problema històric ha radicat, precisament, en l'acumulació de poder en aquesta baula de la cadena, ja que els preus han baixat a costa de precaritzar els projectes productius i també pel desconeixement i la desconexió dels consumidors respecte a les condicions de producció, tal com veiem amb l'exemple de Mercabarna.

Partint d'aquesta lectura crítica amb l'acumulació de poder en la baula majorista de la distribució, l'ESS vol rescatar les virtuts d'aquestes estratègies per procurar pal·liar-ne els efectes negatius. Aquesta lectura passa per entendre que els avantatges d'escala han de beneficiar, contràriament al que passa a l'economia dominant, les dues baules de cada punta de la cadena: productors i consumidors. És a dir, per la part de la producció, existeix la necessitat de moure grans volums a fi d'assolir escales productives mínimes i regularitat en la sortida de la producció que garanteixin estabilitat i condicions de vida dignes. Pel cantó de les persones consumidores, especialment totes aquelles que es mouen per criteris de consum responsable, es vol accedir a productes de proximitat però sense incórrer en grans esforços logístics ni econòmics. L'aproximació de l'ESS a la reinvençió de les centrals de compra passa perquè aquestes estiguin coparticipades per productors i consumidors, i perquè no es permetin les lògiques d'acumulació de poder aplicant un escrupolós control democràtic.

Recorregut i implementació a Catalunya

A Catalunya trobem experiències en els dos camps, el dels béns i el dels serveis. En el primer, les experiències més rellevants es troben en l'alimentació agroecològica, on tant des de la producció com des del consum s'ha agilitat la circulació de productes i s'han aconseguit els volums necessaris per fer viables les explotacions. Diríem que, en aquest cas, la major part de les experiències no estan formalitzades com a centrals de compra, sinó que són projectes conjunts en què es comparteixen esforços per millorar la logística.

Sí que hi ha projectes formalitzats des d'una òptica majorista; en aquest cas les diferències d'èmfasi tenen més a veure amb qui impulsa el projecte: si prové més dels projectes productius, de les botigues i comerços (minoristes), o bé dels consumidors. El cas destacat 7 mostra l'experiència de mengemBages.

Quant als serveis, comptem amb menys experiències, però n'hi ha algunes que aglutinen oferta de serveis per facilitar l'accés als consumidors. Trobem un exemple en les alternatives d'oci: la cooperativa Fent País ofereix experiències de turisme i oci

sostenible de més de 260 petites empreses arrelades al territori.¹⁹ Una altra experiència interessant és la cooperativa Opcions de Consum Responsable, que facilita l'accés a les persones sòcies de consum i usuàries de la cooperativa als serveis de les empreses sòcies i/o proveïdores de la cooperativa. Entre aquestes destaquen alguns dels grans proveïdors de serveis i subministraments bàsics de l'ESS com Som Energia, Som Connexió, Arç Assegurances i Fiare Banca Ètica.²⁰

Cas destacat 7: mengemBages (Frescoop SCCL)

Objectius i funcionament

mengemBages és un projecte impulsat per la cooperativa Frescoop SCCL, membre del grup GEDI, dedicat a la distribució agroalimentària amb principis cooperatius i de proximitat. Entre els seus objectius hi ha el d'oferir un servei d'intermediació alimentària no especulativa mitjançant la venda de productes agroalimentaris de proximitat i/o ecològics directament del productor, i generar xarxes de relació i confiança entre productors locals i persones consumidores.

La iniciativa s'organitza al voltant de tres activitats:

- La botiga en línia mengembages.coop, que ofereix els productes alimentaris.
- La botiga física a Manresa, com a espai de venda i de relació directa amb clients i consumidors particulars.
- La central de distribució per a col·lectivitats al Polígon dels Dolors de Manresa, com a espai de recepció del producte i preparació de comandes que després es repartiran a col·lectivitats de tota mena.

A part de l'activitat regular, mengemBages també és actiu com a agent del territori en la promoció de l'agroecologia i el producte de proximitat. Així, per exemple, participa al projecte de l'Anella Verda de Manresa, a la cursa Transèquia que organitza anualment el Parc de la Sèquia i a la Festa del Tomàquet del Bages. També forma part de l'Ateneu Cooperatiu de la Catalunya Central (<http://www.coopcatcentral.cat>).

Agents implicats

En el funcionament de mengemBages hi intervenen aquests agents:

- Socis de treball: tenen cura de la gestió i l'execució. En són tres: una persona es cuida de la logística, una altra del web i la tercera de la part administrativa i comercial.
- Persones treballadores no sòcies: també n'hi ha tres, cadascuna amb un rol definit en l'organigrama de tasques: dues persones atenen la botiga i l'altra fa les comandes i el transport.
- Projectes productius: proveeixen de producte i tenen una relació basada en la confiança. Amb els projectes vinculats al servei a col·lectivitats, pacten la producció i el calendari; amb d'altres, han impulsat el segell de confiança Terra de Profit.²¹
- Socis de consum: hi ha persones sòcies de consum, si bé no tenen un rol actiu en la cooperativa.

Durada i recursos econòmics

mengemBages va iniciar l'activitat l'any 2011, i fins al 2014 es va centrar en la gestió de les cuines del Consell Comarcal del Bages. Aquell any va perdre el concurs de gestió dels menjadors i va reorientar l'activitat per arribar també a particulars. Avui es manté econòmicament amb la facturació i alguna petita subvenció. També ha accedit a un crèdit del Coop57 per al local que ocupen i als microcrèdits del Consell Comarcal del Bages per a la posada en marxa.

19. Extret del seu web: <https://www.fentpais.cat>.

20. <https://opcions.coop>.

21. <https://bit.ly/2HuPWKr>.

Aplicabilitat

La iniciativa s'ha intentat replicar unes quantes vegades. El principal intent el va impulsar la mateixa cooperativa, però al Baix Llobregat, sota el nom mengemBaix, encara que es va acabar fusionant amb mengemBages pels costos estructurals i logístics. També va col·laborar amb el naixement de mengemMaresme, que va estar un any funcionant però no es va consolidar. De la mateixa manera va ajudar al naixement de mengemOsona, mitjançant la cessió de marca i coneixement.

En un moment determinat, durant la crisi econòmica, se li van acostar diferents iniciatives d'arreu del territori (Anoia, Garrotxa, Osona, Vallès Occidental, Pla de Lleida...) i es va plantejar crear una franquícia, però va optar per cedir marca i coneixement perquè altres emprenedors iniciessin pel seu compte l'activitat.

Web i contacte

Web: <https://www.mengembages.coop> i <http://frescoop.coop>

Correu electrònic: mengemBages@frescoop.coop

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

Twitter: <https://twitter.com/mengembages>

Telèfon: 93 877 03 55 i 93 626 24 82

Adreça: Ctra. del Pont de Vilomara 122, 08242 Manresa

2.1.4.3. Supermercats cooperatius

Quan parlem de supermercats tenim clar que ens referim a un comerç no especialitzat o multiproducte on abastir-nos de la majoria de productes quotidians que necessitem en l'àmbit domèstic, especialment d'alimentació, higiene i neteja.

El fenomen dels supermercats apareix juntament amb els centres comercials, i prolifera a partir dels anys vuitanta quan canvia d'arrel la manera com accedim als productes —principalment alimentaris—, com també les lògiques urbanístiques, que d'ençà de llavors es basen en l'especialització zonal i la dependència del vehicle privat.

Aquesta proliferació en el marc de la globalització dels fluxos de capitals i mercaderies ha desencadenat greus impactes sobre els sistemes alimentaris i sobre les persones i els recursos naturals afectats, principalment a causa de la gran concentració de poder de les grans corporacions de la indústria agroalimentària. L'article d'Esther Vivas *De com els supermercats es beneficien de la crisi alimentària mundial*²² radiografia clarament aquesta situació:

a Europa, entre els anys 1987 i 2005, la quota de mercat de les deu majors multinacionals de la distribució significava un 45 % del total i es pronosticava que aquesta podria arribar a un 75 % en els propers 10-15 anys. [...] A països com Dinamarca, Bèlgica, Estat espanyol, França, Holanda, Gran Bretanya i Argentina, unes quantes empreses dominen entre el 60 % i el 45 % del total. [...] Aquest model de distribució determina un model d'agricultura i de pagesia on les produccions familiars no tenen cabuda, alhora que promou una agricultura industrial, intensiva i insostenible.

22. <https://bit.ly/2vC2yL9>.

La situació de monopoli ha fet que el pagès cada vegada cobri menys pel seu producte i el consumidor pagui més, mentre que és la gran distribució la que s'embutxacava la diferència. A l'Estat espanyol, els preus en origen dels productes agrícoles han arribat a multiplicar-se fins per onze en destinació, i s'ha registrat una diferència mitjana del 390 % entre el preu en origen i el preu en destinació. Es calcula que més del 60 % del benefici final del preu del producte es concentra en la distribució moderna.

Davant d'aquesta situació, l'ESS s'ha oposat al «supermercadisme» i ha promogut la cooperació de consum —en forma cooperativa o associativa— com a alternativa a la gran distribució alimentària, per tal de generar circuits curts de comercialització vinculats directament amb els productors agroecològics. A principis del 2000, els grups i les cooperatives de consum agroecològic es van multiplicar arreu del país, però avui mostren alguns símptomes d'estancament, el qual es deu a tres motius principalment: la càrrega de feina voluntària que suposa als consumidors mantenir aquests grups; el fet que als productors no els surt a compte l'esforç de distribució en petits grups escampats territorialment, i l'aparició de noves formes i empreses de distribució que fan més accessible el producte ecològic.

Aquestes febleses dels grups de consum agroecològic s'han procurat resoldre de diverses maneres. Algunes entitats han creat una central de compres: la cooperativa Quèviure. Hi ha qui promou el consum cooperatiu des d'una nova fórmula: una cooperativa de treball amb socis col·laboradors de consum. Es tracta de L'Economat Social, que dona servei a 150 unitats de consum, però que de moment només obre dues tardes a la setmana. L'Economat camina cap a un salt d'escala amb dos projectes al districte barceloní de Sants; es tracta de dos comerços cooperatius «de barri» de dimensió mitjana que aspiren a arribar a alguns centenars de cooperativistes cada un. Una de les botigues seria l'evolució del projecte que ja funciona avui, mentre que l'altra es faria en un barri veí.

S'intenta també incrementar el consum agroecològic constituint supermercats cooperatius que preservin la participació directa dels socis. Aquesta necessitat d'escalar, juntament amb la maduració de l'ESS, expressada en la consolidació de projectes de gran abast com Som Energia, i l'efecte crida generat per les projeccions del documental *Food Coop*, que relata l'experiència d'un supermercat cooperatiu a Nova York, propietat de més de 17.000 socis i sòcies (vegeu el cas destacat 8), han posat damunt la taula la possibilitat d'impulsar supermercats cooperatius: comerços minoristes amb horaris d'obertura amplis i gran diversitat de productes, però gestionats de manera cooperativa i conservant l'esperit dels grups de consum: la relació directa amb els projectes productius i el compromís ètic, per tant, amb la procedència dels productes.²³

23. En aquest article, Toni Lodeiro explica l'arribada de *Food Coop* a Catalunya: <https://bit.ly/2Xt4YrT>.

Recorregut i implementació a Catalunya²⁴

A l'Estat espanyol hi ha més d'una desena de botigues i supermercats cooperatius gestionats per les persones consumidores. Algunes d'aquestes entitats són de recent creació, com ara Som Alimentació (València), El Rodal (Sabadell) o L'Egarenca (Terrassa). Unes altres, més d'una desena, poden presumir d'una llarga trajectòria i algunes també d'un abast significatiu com és el cas de Landare (Pamplona), Bio Alai (Vitòria) o Almocafre (Còrdova). Landare té més de 3.000 unitats de consum sòcies, la segona sobrepasa el miler i la tercera frega els cinc-cents. En altres ciutats també hi ha grups de treball mirant d'impulsar noves iniciatives. És el cas, per exemple, de Madrid, amb el supermercat i cooperativa de consum 2decológico, situada al barri de Malasaña, de recent creació i que aspira a ser un gran economat cooperatiu. Disposa d'un local de 800 m² i el seu objectiu és arribar a dos-cents socis. Per aconseguir-ho, han llançat un vídeo de promoció, «Enamorado de mi GC 2D», que constitueix un bon exemple de com l'ESS ha de comunicar de manera original si vol arribar a sectors socials més amplis.

A la ciutat de Barcelona, de la confluència de diverses iniciatives i interessos va sorgir un grup impulsor per obrir-hi un supermercat cooperatiu. A Manresa, el debat va arribar el maig del 2018 a través d'unes jornades amb més d'un centenar de persones assistents. En aquest cas hi conflueixen una cooperativa de llarga trajectòria en el sector —mengemBages (Frescoop)—,²⁵ un programa d'impuls de l'economia social gestionat per cooperatives però finançat per la Generalitat —l'Ateneu Cooperatiu de la Catalunya Central— i l'Ajuntament de la ciutat, implicat en el sector i que estudia facilitar un espai en un cèntric mercat municipal de la ciutat on abans hi havia un supermercat convencional.

Cas destacat 8: Park Slope FoodCoop (Brooklyn - Nova York)

Objectius i funcionament

És un supermercat cooperatiu situat al barri de Park Slope del districte de Brooklyn de la ciutat de Nova York. Es defineix com una alternativa al comerç orientat a l'obtenció de beneficis. El Park Slope és propietat de les persones sòcies i operat per aquestes, el qual, a través del treball col·lectiu cooperatiu aconsegueix rebaixar preus el màxim possible, sempre dins del context dels seus principis i valors.²⁶

El funcionament de la cooperativa està definit per cinc grans principis:²⁷

- Universalitat de participació: totes les persones sòcies, al marge de la seva capacitat econòmica, participen cada mes 2 hores 45 minuts, i reben a canvi una rebaixa mitjana entre un 20 i un 40 % respecte dels preus de mercat.
- Gran diversitat de productes a les prestatgeries: el supermercat està pensat per poder-hi fer tota la compra setmanal.

24. La major part de la informació mostrada en aquesta fitxa prové de la feina feta per Toni Lodeiro per a la revista *Opcions*.

25. És el cas destacat del capítol 2.1.4.2.

26. Extret de la *Mission Statement* del seu web: <https://www.foodcoop.com/mission>.

27. <https://bit.ly/2IYEVVG>.

- Preus assequibles: el treball voluntari i la dimensió de l'entitat permeten reduir preus, ja que hi ha disset mil socis que aporten treball voluntari (el 70 % de les hores de treball del projecte) i també s'assoleixen economies d'escala gràcies al volum de les comandes.
- La promoció de la igualtat d'oportunitats de ser sòcia: es permet una reducció del dipòsit que els socis han de donar al moment de l'ingrés si demostren dificultats econòmiques.
- La professionalització i bona gestió del projecte: el bon equilibri entre treball remunerat i treball voluntari permet obrir gairebé cada dia de l'any, de 9 a 22 h. Tenen un sistema de normes i protocols exhaustius que és fruit de l'experiència acumulada durant més de quaranta anys.

Agents implicats

El projecte associa unes 17.000 persones, que són les que conformen el gruix de la iniciativa. A més de la feina desenvolupada per al correcte funcionament del supermercat, l'obligatorietat de dedicar-hi hores no remunerades i la generació d'activitats de convivència fan que sigui un espai referencial per a la comunitat.

A banda d'aquesta dimensió interna, el projecte desplega diverses iniciatives que involucren més agents de Brooklyn. Un exemple és *Community Ties* (Vincles Comunitaris), que permet als comerços locals i altres proveïdors de serveis afiliar-se a la cooperativa, de manera que els socis del Food Coop obtenen descomptes en aquestes botigues. També publiquen una revista quinzenal amb informacions relacionades amb l'alimentació i el consum, i tenen un llarg calendari d'actes, tallers i esdeveniments diversos que organitza la comunitat Food Coop.

Durada i recursos econòmics

El supermercat va néixer el 1973 en un local de lloguer, però el 1980 els socis ja van poder comprar un edifici sencer, que va ser ampliat els anys 1991 i 2001. Durant aquest temps no ha parat de créixer, fins a arribar a la situació actual: té 65 persones treballadores, gairebé 17.000 socis que aporten 2,45 hores setmanals de feina i unes vendes totals de 54 milions de dòlars (2016), la qual cosa el converteix en un dels comerços més rendibles per metre quadrat de tots els Estats Units segons la revista *Fortune*,²⁸ un benefici que no es reparteix sinó que es dedica a allò que els socis decideixen.

Aplicabilitat

Arran de la projecció del documental *Food Coop* a diverses localitats del país, ha pres embranzida la idea de crear supermercats cooperatius a Catalunya, i la majoria d'iniciatives gaudeixen del suport de les administracions locals. Les fórmules de col·laboració que s'estan explorant entre els grups impulsors i aquestes administracions són dues: la cessió amb condicions preferents de locals que tenen titularitat pública —per exemple, espais comercials als mercats municipals, o l'exemple de Geltoki, que expliquem en el cas destacat 10—, o bé la concessió de finançament i altres recursos d'acompanyament per a l'impuls inicial del projecte.

Web i contacte

Web: <https://www.foodcoop.com>.

Correu electrònic: press@psfc.coop.

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

Twitter: <https://twitter.com/foodcoop>.

Telèfon: (718) 622-0560 (Estats Units)

Adreça: 782 Union Street (entre la Sisena i la Setena Avinguda a Park Slope)

Brooklyn, Nova York 11215

28. <https://cnnmon.ie/2LIGPS6>.

2.1.4.4. Plataformes digitals de comercialització

La compra de productes per mitjà d'un portal en línia (*e-commerce* en anglès) creix ràpidament amb la generalització d'internet i la proliferació de dispositius des d'on connectar-s'hi. La seva versatilitat, juntament amb un sistema de missatgeria o distribució, ha potenciat aquest canal de comercialització «no presencial». El funcionament d'aquest tipus de plataformes consta de tres grans elements: un catàleg de productes en línia on s'exposen preus, es descriuen els productes, etc.; un processador de comandes que permet seleccionar els productes que es volen comprar (el típic «carret de la compra»), i, finalment, una passera de pagament per fer la transacció.

L'economia de plataforma —mal anomenada *economia col·laborativa*— ha permès que, a més dels sistemes tradicionals de venda via *e-commerce* (el que s'anomena B2C: *business to consumer*), algunes persones particulars hagin pogut també connectar-se entre si i afavorir l'intercanvi de béns i serveis de manera descentralitzada (el que s'anomena C2C: *consumer to consumer*); però mitjançant la mediació de grans plataformes tecnològiques, que són les que extreuen benefici d'aquests intercanvis, llevat que no tinguin ànim de lucre o el lucre limitat per llei. En l'àmbit del finançament, és el que es coneix com a microfinançament col·lectiu o finançament col·lectiu (en anglès, *crowdfunding*). Una de les diferències principals entre els models B2C i C2C és que, en el segon cas, moltes vegades l'intercanvi econòmic es fa entre usuaris particulars.

Recorregut i implementació a Catalunya

Les plataformes de comercialització gaudeixen ja d'una forta presència a l'Estat espanyol. Destaca la ciutat de Barcelona, sobretot per la utilització de plataformes C2C —especialment les més grans: Airbnb, Wallapop i BlaBlaCar— i pel debat públic sobre les problemàtiques vinculades a algunes d'aquestes. De tota manera, les comercialitzadores en línia més grans són les empreses que associem més directament a les compres per internet: Amazon i Aliexpress.

Malgrat que es disposa d'un registre unificat, s'han fet algunes aproximacions a l'impacte econòmic de l'economia de plataforma. A escala global, s'estimava que, a finals del 2012, les plataformes d'intercanvi entre usuaris havien mogut uns 2.000 milions de dòlars; les de microfinançament col·lectiu, 3.000 milions, i els préstecs entre usuaris uns 5.000 milions.²⁹ Alguns estudis parcials a l'Estat, com el dut a terme per l'empresa Avancar, asseguren que el 76 % dels espanyols ha llogat o compartit un bé en algun moment de la seva vida.

Veiem, doncs, que aquesta classe d'intermediació, sigui B2C o C2C, s'està generalitzant. Un símptoma d'això és que es registra una eclosió d'empreses i plataformes d'aquest tipus dins també de l'ESS. En l'àmbit agroecològic existeixen una pila de projectes productius que venen directament a les persones consumidores mitjançant plataformes de venda en línia. També trobem altres iniciatives no tant vincu-

29. <https://bit.ly/NUckjn>.

lades a un sol projecte productiu com dedicades a fer «mercat social en línia», com la de la Federació Catalana de Voluntariat Social, el portal elmercatsocial.cat. que expliquem a continuació.

Cas destacat 9: elmercatsocial.cat

Objectius i funcionament

elmercatsocial.cat és un portal de la Federació Catalana de Voluntariat Social (FCVS) que permet comprar béns i serveis d'una trentena d'entitats socials associades, fets per persones voluntàries. Aquestes entitats afavoreixen la inserció social i laboral de col·lectius vulnerables i ofereixen serveis a infants, joves, gent gran, persones malaltes, etc.

En el moment d'elaborar aquesta guia s'oferien en total 346 productes i 18 serveis. Al portal, els productes estan classificats per aquests àmbits: alimentació, bijuteria, llar, bosses i accessoris, infantil, llibres i música, lots solidaris i roba. Els serveis, per la seva banda, estan classificats en aquests altres: càterings, regals per a celebracions, benestar, disseny i estampació, mobiliari, temps lliure, destrucció de documents i reformes i pintura. També es fan campanyes promocionals en moments puntuals com són Nadal i Sant Jordi.

Aquest projecte s'insereix en l'estratègia de la FCV per construir mercat social i apropar-se a l'economia social i solidària, de manera que complementa a la plataforma de venda en línia amb la generació de discurs i continguts a través dels seus mitjans de comunicació i les xarxes socials, la participació i formació en espais, jornades i esdeveniments referents de l'ESS, el consum responsable, el voluntariat social i la responsabilitat social.

Agents implicats

Poden participar en el portal elmercatsocial.cat les entitats federades a la FCVS, és a dir, 349 entitats, de les quals 34 participen en el projecte elmercatsocial.cat per promoure els seus béns i serveis.

LA FCVS compta amb un equip dinamitzador que gestiona el portal i manté la interlocució amb les entitats implicades, amb les quals es genera una dinàmica cooperativa de treball en xarxa i un contacte regular i directe, sobretot arran de trobades i espais formatius compartits.

També treballen en xarxa amb altres entitats de segon i tercer nivell expertes en l'àmbit de l'ESS, per acostar el relat i les pràctiques del voluntariat social al concepte més ampli d'economia social i solidària. D'aquest apropament ve la inserció del projecte elmercatsocial.cat en una estratègia més àmplia de construcció de mercat social.

Durada i recursos econòmics

La iniciativa neix el 2013 en el marc de la FCVS i funciona sobre la base d'unes necessitats molt concretes: el manteniment i les actualitzacions informàtiques del programari de gestió de l'*e-commerce*; les campanyes de promoció i comunicació per difondre el portal i els seus productes i serveis — concursos, promocions de transport gratuït, etc.—, i el personal tècnic remunerat que vetlla per la coordinació del projecte, el seguiment i la formació de les entitats sòcies, així com de les campanyes promocionals i la comunicació i la generació de continguts en premsa, butlletins i xarxes socials.

Aplicabilitat

Aquesta iniciativa està pensada per créixer «des de dins», és a dir, per afavorir la incorporació d'un major nombre d'entitats i, per tant, d'oferta de béns i serveis, i no s'han plantejat els termes d'una rèplica.

Web i contacte

Web: <https://www.elmercatsocial.cat>

Correu electrònic: gestiomercat@voluntaris.cat

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

Twitter: <https://twitter.com/EIMercatSocial>

Instagram: <https://www.instagram.com/el.mercat.social>

Telèfon: 93 314 19 00

Adreça: C/ Grassot, 3, 2n pis, 08025 Barcelona

2.1.4.5. Centres o districtes comercials

Un centre comercial és una construcció que consta d'un o diversos edificis, generalment de gran dimensió, que alberguen locals i oficines comercials agrupats en un espai determinat, concentrant la major quantitat possible de clients potencials dins del recinte. La grandària és una de les diferències fonamentals entre un centre comercial i un mercat; a més, aquest últim pot ser a l'aire lliure, el centre comercial no. Una altra diferència és que en un centre comercial hi ha una o més botigues àncora, una funció que històricament han complert els hipermercats. A l'Estat, des del 1980 fins ara, s'ha passat de 20 centres comercials de petita dimensió a 546, i s'han introduït modalitats definides com parcs comercials i centres d'oci, que incorporen sales de cine, jocs recreatius, restaurants, etc.³⁰

Tal com passa amb la distribució i els supermercats, els centres comercials concebuts des de la lògica de l'economia de mercat cerquen el creixement econòmic desmesurat i l'ànim de lucre a costa d'exacerbar la cultura consumista camuflats sota l'aparença d'espais públics on socialitzar-se i divertir-se. Cal tenir present que un centre comercial no és un espai públic sinó privat, i que al darrere sempre hi ha una empresa gestora que lloga els locals a la resta de botigues i que marca allò que es fa als espais comuns o oberts –l'empresa Sociedad de Centros Comerciales de España n'és un dels màxims exponents.³¹

Què en pot extreure, de tot això, l'ESS? Doncs la necessitat de rescatar la idea original de concentració de l'oferta per facilitar l'accés als seus béns i serveis pel gran públic, però sempre guiats per lògiques de gestió cooperatives i transparents i mai potenciant la cultura consumista.

Recorregut i implementació a Catalunya

Existeixen pocs precedents del que podrien anomenar-se centres comercials d'ESS; de fet, a l'Estat només en coneixem dues experiències. Una és el Kooperera Merkatua, un antic mercat de vendre que estava en crisi i va ser convertit el 2009 en un mercat ecològic i solidari. Es troba en ple centre de Bilbao i té una superfície de 800 m². El gestiona Kooperera, una cooperativa de segon grau formada per 17 cooperatives d'iniciativa social i empreses d'inserció de Caritas. Aquest mercat va comptar amb l'ajut de l'Ajuntament. L'altre és molt més recent; es tracta de Geltoki, a Pamplona, i l'expliquem en el cas destacat 10.

30. <http://www.aedecc.com/centros-comerciales>.

31. <http://www.scce.es>.

A Catalunya encara no existeix cap experiència d'aquest tipus, per bé que entre les cooperatives Abacus, el grup cooperatiu Ecos i Opcions de Consum Responsable s'està elaborant un estudi preliminar per implantar un primer centre comercial d'ESS a Barcelona.

No cal dir que és molt important tenir la complicitat de les administracions locals per facilitar que aquesta mena de projectes es puguin desenvolupar, especialment quan es vol que s'ubiquin a espais centrals dels municipis.

Cas destacat 10: Geltoki

Objectius i funcionament

Geltoki és l'antiga estació d'autobusos de Pamplona, convertida en un espai cultural de promoció col·lectiva de l'economia solidària, la sobirania alimentària i la cultura alternativa. Es troba al bell mig de la ciutat, davant d'El Corte Inglés, i ocupa mil metres quadrats, que corresponen a les taquilles i les andanes de l'antiga estació. El recinte pertany a l'Ajuntament de Pamplona, que el va adjudicar amb un concurs a l'Associació Geltoki Iruña per mitjà d'una concessió administrativa per a set anys (acaba el 31/12/2024) amb possible pròrroga de tres més. Es va inaugurar el 9 de juny de 2018 i està obert tots els dies excepte els diumenges.

Per tirar endavant el projecte, s'ha creat l'Associació Geltoki Iruña entre entitats referents en els temes ja esmentats. S'han definit dos nivells d'implicació: per un costat, les entitats sòcies compromeses econòmicament amb les inversions a realitzar, i, per l'altre, les entitats col·laboradores. S'ha creat també la Cooperativa Geltoki, amb deu socis treballadors, que s'encarrega de la gestió operativa de l'espai i brinda els serveis de gestió cultural, bar-cafeteria-restaurant, botiga d'alimentació i botiga de productes de segona mà i artesanía. La relació entre l'associació i la cooperativa s'ha formalitzat en un conveni. L'associació fixa els objectius i l'estratègia; la cooperativa duu a terme la gestió operativa.

Geltoki es desplega en tres camps d'activitat: restauració (bar, cafeteria i escola d'alimentació), mercat social (botigues diverses i venda de serveis) i l'àrea social i cultural, amb una programació pròpia.

Agents implicats

Com dèiem, l'associació Geltoki Iruña té dos tipus d'adhesions. Per un costat, hi ha els socis amb compromís econòmic: REAS Navarra (la xarxa d'economia solidària que agrupa 52 empreses i entitats), el CPAEN (Consell Regulador de l'Agricultura Ecològica de Navarra, que agrupa 700 operadors), el sindicat EHNE (sindicat agrari navarrès que agrupa 895 productors agraris de Navarra), Traperos de Emaús de Navarra (organització de referència en el reciclatge i la recuperació de residus mitjançant inserció sociolaboral, amb una plantilla de 240 persones), i l'Associació d'Aliments Artesans de Navarra (agrupa 25 empreses familiars artesanes). I de l'altre també hi ha 30 entitats sòcies col·laboradores.

Cada organització sòcia es compromet a organitzar activitats individuals o en cooperació amb altres entitats per realitzar campanyes conjuntes, així com a fomentar i ampliar col·lectivament el circuit i l'espai del mercat social.

Durada i recursos econòmics

REAS Navarra va presentar el projecte a l'Ajuntament de Pamplona el 2011 i aquest l'aprovà al ple de març d'aquell any. Tanmateix, la licitació no es va tirar endavant perquè el govern municipal d'aquell moment, en realitat, no hi estava interessat. Va caldre esperar el nou cartipàs, fruit de les eleccions municipals del 2015, perquè la tramitació es desencallés.

Tal com s'ha esmentat, la instal·lació és de propietat municipal i la gestió es va licitar en concurs públic i adjudicar a l'Associació Geltoki Iruña.

L'Ajuntament va invertir 700.000 euros per condicionar l'espai, i l'Associació, 100.000 euros per moblar i decorar les instal·lacions. Aquesta darrera xifra es va aconseguir amb un préstec de 80.000 euros aportats per Fiare Banca Ètica, i una campanya de *crowdfunding* a través de la plataforma Goteo, que permeté afegir-hi els 20.000 euros restants.

La cooperativa té previst un pressupost anual d'uns 400.000 euros per a la gestió del centre. Hi ha també molts recursos intangibles que són aportats per entitats i persones, tant en recursos materials com en temps.

Segons dades de l'activitat registrada entre juny i octubre del 2018, havien passat per Geltoki cinquanta mil persones i s'havia generat una base social de més de quatre-centes. S'estimava que hi passaven entre tres mil i cinc mil persones a la setmana.

Aplicabilitat

La replicabilitat d'aquest projecte té alguns condicionants importants:

1. L'existència de l'espai adient: aquesta iniciativa disposa d'un espai referent rehabilitat al bell mig de la ciutat, amb unes característiques molt adequades per convertir-lo en centre comercial de l'ESS.
2. La predisposició del govern municipal: l'Ajuntament d'Iruña ha apostat pel projecte, ha fet una important inversió pública en la rehabilitació i ha obert a concurs la seva gestió, tot i que se li reclamava una concessió de més durada.
3. L'existència d'un teixit socioeconòmic cohesionat i fort: Geltoki és un projecte impulsat per una xarxa d'organitzacions que gaudeix d'una àmplia base i reconeixement social (no és tan sols ESS), i que ha trobat com a nexa comú la cooperativa com a fórmula de gestió, formada per persones molt compromeses amb el projecte.
4. El context social: Geltoki es planteja en un moment en què té lloc un cert debat social sobre la sobirania alimentària a Navarra, i això li ha reportat un suport social considerable.

Web i contacte

Web: <http://www.geltoki.red>

Correu electrònic: info@geltoki.red

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

Twitter: https://twitter.com/Geltoki_

Telèfon: 94 898 82 74

Adreça: Av. Conde Oliveto, 6 bajos, 31002, Pamplona-Iruña

2.2. Generació de demanda

2.2.1. Sensibilització sobre consum responsable

Quan parlem del concepte consum, ens les hem amb un terme que té uns límits poc clars. De fet, de manera simplificada podríem destriar dos enfocaments sobre el consum:

- Consum com a compra, la definició econòmica: seria la definició que cenyeix el consum als actes de compra de béns i serveis en el mercat. Segons aquesta mirada estreta, el consum és el conjunt de transaccions quotidianes que efectuem a canvi de diners.
- Consum com a estil de vida, la definició socioecològica: aquesta és la definició àmplia, la que entén el consum com el conjunt d'hàbits, rutines i accions que ens permeten sa-

tisfer necessitats que, per tant, configuren la nostra forma de vida. La compra de béns i serveis seria una de les accions diàries que configuren el nostre estil de vida, però no l'única: la manera en què ens dutxem o com rentem els plats també formaria part de la manera de consumir, o si ens deixem eines entre veïns, o si anem amb transport públic a treballar, per exemple. A més, si introduïm la dimensió ambiental, podem considerar totes les transaccions des d'una òptica de consum de materials i energia i, per tant, amb impacte ambiental.

A l'hora de fer polítiques públiques de promoció econòmica, generalment s'adopta la definició econòmica de consum, i per tant es fan actuacions que tenen com a objectiu principal incrementar els ritmes de consum, perquè això, en termes agregats, acreix la demanda de béns i serveis i, en conseqüència, activa la producció, genera ocupació, etc.; però no hi intervenen a penes factors ètics ni socials, com no sigui en les polítiques de promoció econòmica més avançades. En canvi, des d'una perspectiva d'economia social i solidària i de construcció de mercat social, parlem de consum responsable i introduïm un enfocament molt més ampli per entendre les polítiques de consum com un motor de transformació socioeconòmica.

Així, definim el consum responsable com un fenomen que apel·la a les persones i a les organitzacions perquè adoptin hàbits de consum i estils de vida que ajudin tant a millorar la salut i la qualitat de vida com a afavorir canvis en el model socioeconòmic per avançar envers una societat més sostenible i justa. L'objectiu és socialitzar a través del consum valors i pràctiques que ajudin a repensar i transformar l'economia i la societat.³²

Val a dir, però, que l'enfocament inicial i, encara avui, majoritari sobre el consum responsable com a eina de transformació, segueix partint de la definició econòmica, i situa la proposta en la necessitat de millorar les eleccions de les persones consumidores al mercat a partir de proporcionar les informacions adients. D'aquesta manera, les persones consumidores informades compararan els productes «bons» i proporcionaran els senyals oportuns a les empreses perquè adaptin la seva oferta.³³ Des d'aquest enfocament s'han anat executant polítiques públiques, campanyes i iniciatives empresarials de foment del consum responsable. Estem parlant de sistemes d'etiquetatge (ecològic, comerç just), campanyes informatives als grans mitjans de comunicació, marques de qualitat impulsades pel sector empresarial —en el marc de la responsabilitat social corporativa—, etc.

Aquest tipus de mesures pot arribar a grans capes de població i generalitzar pràctiques concretes de consum responsable, bé que també pot topar amb limitacions a l'hora de consolidar els canvis. Per això, al mateix temps que es desplega aquesta visió, des d'àmbits acadèmics i de la societat civil s'ha fet una revisió crítica d'aquest enfocament i s'estan formulant propostes d'acció més obertes. Adoptant la visió socio-

32. Una introducció senzilla a això són les «preguntes freqüents del consum conscient i transformador» de la revista *Opcions*: <https://bit.ly/2PKuSUE>.

33. JACKSON, T. *Motivating Sustainable Consumption: a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change*. Report Sustainable Development Research Network, Surrey, 2005.

ecològica descrita més amunt, el consum s'ha d'entendre com un dels principals vehicles d'articulació de les pràctiques socials que defineixen els estils de vida d'una persona i d'una societat. Aquesta visió més complexa posa damunt la taula tot un seguit de factors que influeixen i es relacionen amb el consum, els quals tenen a veure sobretot amb el context socioeconòmic en què ens movem i amb la naturalesa psicosocial de les persones.³⁴

Aquest enfocament més complex també arriba a les propostes pràctiques sorgides de la societat civil. Així, apareixen conceptes com el de simplicitat voluntària, que posa l'èmfasi a «alliberar-se» del consumisme per viure de manera més senzilla, materialment parlant, però més plena espiritualment. També hi ha corrents més vinculats als moviments socials emancipadors, com és el cas de l'economia social i solidària i l'estratègia de construcció de mercat social, que adopten una mirada més col·lectiva i vinculen el consum responsable a lògiques d'articulació més àmplies. Per tant, és des d'aquesta mirada àmplia que hem d'enfocar les polítiques i estratègies de promoció del consum responsable per construir el mercat social.

2.2.1.1. Consum domèstic I: campanyes i materials informatius

L'estratègia emprada més sovint per afavorir canvis en la manera de consumir de la ciutadania en general són les campanyes i les publicacions. Dintre de la diversitat de camps que pot abastar el consum responsable, on més s'han implantat aquesta mena de propostes de sensibilització ha estat en els àmbits ecologista i de la cooperació al desenvolupament. De ben segur tenim presents campanyes per a la bona gestió dels residus o la prevenció del canvi climàtic, en el primer cas, i referides a situacions d'emergència per catàstrofes humanitàries o per situacions d'injustícia que es viuen a països del Sud Global, en el segon. De fet, la inclusió de missatges que empenyen a actuar des del seu rol de persones consumidores ha estat una de les estratègies principals emprades en aquests camps, fet que també ha posat en relleu les seves limitacions: responsabilitzar les persones individualment de problemàtiques estructurals de grans dimensions provoca generalment més rebuig i bloqueig que no pas mobilització; s'ha demostrat que a llarg termini la culpabilització no és un bon motor de canvi.

De fet, aquesta dificultat fa palès que canviar comportaments, i en particular motivar comportaments sostenibles o socialment responsables, no és gens senzill. Els comportaments individuals es desenvolupen en contextos socials i institucionals. Estem tan guiats pel que els altres diuen i fan i per «les regles del joc», com ho estem per les nostres eleccions individuals. Sovint ens trobem «bloquejats» en conductes insostenibles malgrat les millors intencions.

34. Per un cantó, es destaca la importància de les rutines i els hàbits en les eleccions quotidianes, el pes dels impulsos emocionals per sobre dels procediments racionals i el paper de l'ètica personal. Per l'altre, estem molt condicionats pels contextos socials en què vivim; per exemple, la capacitat de desplaçar-nos en transport públic depèn de si es construeix o no la infraestructura que ens ho permeti.

Ateses aquestes dificultats, resulta important plantejar campanyes i eines comunicatives en general que siguin sensibles a les capacitats reals d'acció individual, i que animin a l'acció fugint de la culpabilització de manera que contextualitzin, per tant, les accions individuals en un procés de canvi col·lectiu més ampli.

Recorregut i implementació a Catalunya

A Catalunya ja es disposa d'un cert recorregut en campanyes i publicacions de consum responsable, bé siguin impulsades per les administracions públiques, bé per la societat.

Les campanyes poden prendre formes diferents d'acord amb la temàtica central, l'escala territorial i el tipus de públic a què volen arribar. En l'economia social i solidària no hi ha un recorregut tan llarg en aquesta classe d'accions com sí que hi és, per exemple, en l'ecologisme. De fet, hi ha dos materials promoguts per la Societat Catalana d'Educació Ambiental, juntament amb altres organitzacions, que són referents en aquest terreny. El primer és la guia *3, 2, 1... Acció! Guia de criteris de qualitat en programes i campanyes d'educació ambiental*.³⁵ Aquesta publicació analitza 25 campanyes i programes d'educació ambiental i estableix 18 criteris de qualitat per garantir-ne l'èxit. Basant-se en aquesta guia s'han analitzat altres campanyes, com fa la guia *Que sonin les campanyes! Guia metodològica pel plantejament de campanyes cap al Residu Zero*.³⁶ L'enfocament innovador d'aquesta última és que no es limita a campanyes informatives sinó que incorpora la vessant de la mobilització social.

Per trobar campanyes específiques de promoció del mercat social, trobem exemples en les impulsades per organitzacions com la Xarxa d'Economia Solidària (XES), Finançament Ètic i Solidari (FETS) i Setem. Un exemple clar és la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica,³⁷ coorganitzada per les tres entitats esmentades, entre d'altres, i que d'ençà del 1999 se celebra cada primavera per animar la ciutadania a conèixer les finances ètiques i els productes de comercialització justa, com també a participar-hi.

Quant a les publicacions, en trobem poques que apel·lin als canvis des del consum, sinó que més aviat aborden el tema tangencialment. Sí que hi ha algunes publicacions referents en economia social i solidària i cooperativisme, com són la revista *Cooperació Catalana*³⁸ publicada per la Fundació Roca i Galès o la revista *Nexe*³⁹ de la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya. La publicació referent d'àmbit estatal dedicada específicament al consum responsable és *Opcions*, que expliquem tot seguit.

35. <https://bit.ly/2Wjz4gM>.

36. <https://bit.ly/2DPcB3l>.

37. <https://comercjustibancaetica.org>.

38. <https://bit.ly/2Wofxvq>.

39. <http://nexe.coop>.

Cas destacat 11: La revista «Opcions»

Objectius i funcionament

Opcions (<http://opcions.org>) és una revista pionera a escala estatal que comença a caminar l'any 2002, impulsada pel Centre de Recerca i Informació en Consum, una associació fundada l'any 1996 amb l'objectiu de sensibilitzar i incidir sobre els hàbits de consum de la població. Als seus inicis, la revista s'emmirallava en projectes similars d'altres països, com la revista *Ethical Consumer* de la Gran Bretanya, i posava molt èmfasi en la denúncia de les males pràctiques de les grans multinacionals en ple auge de la globalització econòmica. Fins al 2016, es publicava trimestralment en paper, i cada número era dedicat a un bé o un servei, sobre el qual es feia un recorregut des del substrat socio-cultural que sostenia el seu consum fins a les empreses que el proveïen i com se li podia allargar la vida al màxim.

Actualment, es publiquen dos números a l'any concebuts com a dossiers monogràfics, però el gruix de continguts apareix en obert al portal <http://opcions.org>, un web concebut per trobar solucions pràctiques en diferents àmbits de consum. Es pot accedir als continguts des de vuit grans categories: aigua i energia, alimentació, habitatge, higiene i cosmètica, roba i complements, tecnologia, mobilitat, i cultura i oci.

Agents implicats

L'any 2016, el CRIC, com a associació, va desaparèixer i la revista es va reformular i integrar a la cooperativa Opcions de Consum Responsable (<https://opcions.coop>), conformant una cooperativa integral dedicada a la promoció del consum responsable per mitjà de tres grans activitats:

- Facilitar el canvi a les alternatives de consum més transversals (per exemple, Som Energia, Som Connexió i Arç Assegurances)
- Aportant informació i recursos per afavorir canvis en el consum
- Impulsant projectes de consultoria i de foment d'iniciatives col·lectives de consum

Aquesta cooperativa és sòcia del grup cooperatiu Ecos i ha treballat també amb diferents administracions i col·lectius locals per fomentar el consum responsable a les seves poblacions respectives.

Durada i recursos econòmics

La revista es publica des de l'any 2003 i és de subscripció anual. Més enllà de l'adscripció al projecte, *Opcions* ofereix molts continguts en obert aprofitables per part de les administracions i del teixit local, com són el calendari de verdura i fruita de temporada: <https://bit.ly/2OTJaB9>.

Aplicabilitat

Opcions té una modalitat de subscripció per a administracions locals i col·lectius, especialment pensada perquè sigui accessible a biblioteques municipals i altres espais de consulta.

Des de la tardor del 2018, també ofereix la inclusió de «Punts Opcions» en aquells establiments que vulguin, i que ofereixen la revista, però també es fan punts d'informació regulars perquè les persones que ho desitgin puguin contractar al moment diferents proveïdors d'ESS (és el servei «Et canviem», on es pot contractar Som Energia, Som Connexió, Arç Assegurances, Celobert, Cos Cooperativa de Salut, Biciclot i Fem Escala).

Web i contacte

Web: <https://opcions.coop> (web corporatiu) i <http://opcions.org> (portal d'informació)

a/e: opcions@opcions.coop

Facebook: <https://www.facebook.com/opcions.coop>

Twitter: <https://twitter.com/opcions>

Telèfon: 93 412 76 75

Adreça: C/ Casp 43, baixos, 08010 Barcelona.

2.2.1.2. Consum domèstic II: mapes de consum responsable

Els mapes no deixen de ser una eina informativa més, però la notorietat dels mapes virtuals els darrers anys i les seves característiques específiques han motivat que dediquem un punt a aquest tipus de recurs.

Els mapes són, doncs, eines informatives per fer arribar recursos de consum responsable a la ciutadania per mitjà de la geolocalització. Abans de l'era digital, ja existien mapes en suport paper per divulgar les alternatives de consum responsable, però tenien un caràcter molt localitzat i una prevalença limitada en el temps.

La possibilitat d'obtenir mapes virtuals accessibles des de telèfons i altres dispositius mòbils n'ha multiplicat les possibilitats com a recurs per potenciar el consum responsable. D'alguna manera, constitueixen l'adaptació de les estratègies informatives tradicionals al nou terreny de joc que ofereixen les noves tecnologies, en aquest cas vinculades a la geolocalització.

La funció principal d'aquests mapes és que les persones puguin trobar productes de consum responsable a prop. De tota manera, hi ha diversitat de projectes, i en alguns casos es remarca tant el resultat final com el procés, és a dir, s'incentiva el mapatge cooperatiu per sensibilitzar i apoderar també les persones que mapen els punts.

Dues experiències internacionals interessants són, d'una banda, Green Map,⁴⁰ dedicada especialment a mapar el màxim nombre de recursos de consum «verd», i també amb molt èmfasi a replicar el màxim nombre de mapes a diferents ciutats i localitats per crear una xarxa internacional de mapes verds, i de l'altra, sorgida a la Gran Bretanya, Mapping For Change, que se centra més en el procés de mapatge —definició de què es vol mapar, el perquè, anàlisi de la informació que proporciona el mapatge, com intervenir en la situació mapada, etc.—, i no tant en el resultat de punts mapats.

Recorregut i implementació a Catalunya

Els últims anys, han aparegut a Catalunya gran quantitat de mapes virtuals vinculats de manera diversa a la promoció del consum responsable. En realitat, després d'un cert *boom* inicial, molts han desaparegut⁴¹ i tan sols n'han quedat uns quants, però amb molta força i recorregut. Aquesta evolució ens mostra que, per perdurar, aquests mapes no han de ser fruit del rampell d'una sola persona o organització, sinó que necessiten implicar una xarxa àmplia d'entitats i persones que se'ls facin seus i hi aportin treball al llarg del temps. Això resulta especialment important per dos motius: perquè com més gent està implicada en la pujada de punts al mapa i la seva difusió, més persones coneixeran i reconeixeran el mapa, i perquè el manteniment i l'actualització d'un recurs d'aquesta mena és molt costós i, en canvi, si el treball es fa col·lectivament resulta més assumible.

40. <https://www.greenmap.org>.

41. Hi ha almenys tres mapes ja obsolets: la Consumpedia de la revista *Opcions*, el Mapa Slow Bcn (<http://www.slowbcn.com>) i el Green Map de Barcelona (<https://bit.ly/2WixiaO>).

Avui destaquen sobretot dos mapes. Un és el Barcelona+Sostenible (<http://www.bcnsostenible.cat>), impulsat conjuntament per l'Ajuntament de Barcelona i dotze entitats relacionades amb l'educació ambiental. La principal via per alimentar-lo són els mapatges comunitaris, que sovint es fan amb caminades o rutes per diferents barris de la ciutat. Això permet pujar nous punts al mapa, implicar la gent en el projecte i incorporar-hi itineraris perquè els pugui fer tothom qui vulgui. L'altre és el Pam a Pam, impulsat entre la Xarxa d'Economia Solidària i Setem, que s'orienta específicament a promoure l'ESS. L'expliquem tot seguit.

Cas destacat 12: Pam a Pam

Objectius i funcionament

Pam a Pam és el mapa cooperatiu d'iniciatives de consum responsable concebut per afavorir la compra a entitats de l'economia social i solidària i d'altres que hi són properes. Els seus objectius són, d'una banda, donar visibilitat a les alternatives econòmiques disponibles, i de l'altra, trobar formes per articular entitats de l'ESS al territori, conèixer-les millor i saber com poden treballar plegades.

El mapa es fonamenta en la feina descentralitzada de moltes persones voluntàries («xinxetes taronges») que mapen iniciatives d'ESS pel territori català mitjançant entrevistes presencials a partir d'un qüestionari de compliment de criteris. Així, al mateix temps que es va establint un registre d'experiències, les persones que fan les entrevistes i les entitats entrevistades es van formant en els criteris de l'ESS.

Al mapa es poden trobar iniciatives de quinze sectors econòmics. Totes han estat entrevistades en profunditat seguint un qüestionari que conté quinze criteris amb els quals s'avalua la pertinença o no a l'economia social i solidària. Cadascun d'aquests criteris pot complir-se o no, però se n'ha de complir almenys la meitat per aparèixer al mapa.

Recentment, el projecte ha col·laborat amb diverses administracions públiques per tal que, a través del mapatge, es duguin a terme diagnòstics territorials de l'ESS (ho expliquem a l'apartat «Aplicabilitat»).

Durada i recursos econòmics

Pam a Pam va néixer el 2013, i en aquell primer moment mostrava iniciatives de tres sectors d'activitat: alimentació, roba i banca, i només radicades a la ciutat de Barcelona. Davant l'èxit de la iniciativa, el 2014 es comença a treballar conjuntament amb la XES per ampliar-ne l'abast: desplegar el mapa a tot Catalunya i a tots els sectors econòmics.

Pam a Pam ha pogut créixer gràcies al finançament públic, i recentment ha començat a generar ingressos propis a partir del treball amb ajuntaments dedicat a fer diagnòstics territorials.

Aplicabilitat

Pam a Pam ha esdevingut, a més d'una eina de visibilització de les entitats catalanes d'ESS o que li són properes, un procés de formació i activisme, i una eina d'articulació i construcció de mercat social, ja que en el mateix procés de mapatge es detecta la densitat i varietat d'entitats en un territori i se'n promou l'articulació. Aquest fet l'ha convertit en una de les eines estratègiques en la constitució de xarxes locals de la Xarxa d'Economia Solidària.⁴²

El Pam a Pam, com a eina d'identificació d'entitats i de dinamització de l'ESS, ja l'han fet servir a l'Ajuntament de Mataró, la comarca del Bages, la demarcació de Girona, Santa Coloma de Gramenet i alguns districtes de Barcelona. La fórmula consisteix a fer que l'ajuntament contracti Pam a Pam, que s'encarrega de formar persones del territori perquè entrevistin les entitats i redactin un informe diagnòstic partint de les aportacions qualitatives obtingudes de les entrevistes, de manera que es genera un grup de voluntaris formats en ESS que potser seguiran el procés després que s'acabi l'encàrrec, és a dir, se sembla una llavor per dinamitzar l'ESS en el territori.

42. <http://xarxeslocals.xes.cat>.

Web i contacteWeb: <http://pamapam.org>a/e: dinamitzacio@pamapam.orgFacebook: <https://www.facebook.com/pamapamCAT>Twitter: <https://twitter.com/pamapamcat>

Adreça: C/ Bailèn 5, baixos, 08010 Barcelona

2.2.2. Consum comunitari: accés i gestió comunitària de béns i serveis

Les aproximacions tradicionals al consum com a fet socioeconòmic tendeixen a emmarcar-lo sempre en l'esfera individual-domèstica o, a tot estirar, hi incorporen les administracions en el paper de compradores de béns i serveis per al consum públic. Això limita les polítiques de foment del consum responsable a estratègies adreçades als actes individuals de compra mitjançant polítiques de preus, campanyes informatives, etc. i a la compra pública responsable, de què parlarem tot seguit; però obvia tot un camp d'experiències i pràctiques més àmplies basades en l'acció col·lectiva.

Per això, algunes organitzacions —i recentment també institucions— s'esforcen a remarcar que existeix una forma d'accedir a béns i serveis que no es basa en un acte únicament individual, sinó que requereix l'articulació col·lectiva o comunitària per proveir-se'n. Parlem d'allò que alguns autors han anomenat economies comunitàries o simplement la branca sociocomunitària de l'ESS: grups de consum agroecològic, horts comunitaris, bancs del temps i xarxes d'intercanvi, grups de criança compartida, centres socials, etc. Són iniciatives en què la comunitat s'organitza al voltant de la provisió d'un producte o de la gestió d'un espai per millorar les seves condicions de vida, partint d'una òptica d'emancipació social, i on el gruix del treball és fet de manera voluntària, encara que es puguin remunerar algunes feines molt concretes. El fet diferencial d'aquestes iniciatives és que allò que permet a les persones proveir-se de béns i serveis o gaudir de l'espai en qüestió no és tan sols (o principalment) el poder adquisitiu, sinó la pertinença a la comunitat que gestiona el recurs i, en conseqüència, l'acceptació de les normes que aquesta crea.⁴³

Recorregut i implementació a Catalunya

A Catalunya trobem moltes experiències d'aquesta mena, fruit segurament de l'extraordinària vitalitat associativa del país. La seva presència com «un tot» costa d'avaluar per la manca de nodes que les aglutinin. Els esforços investigadors en general s'han centrat en tipologies d'experiències i no tant en el conjunt. Presentem, doncs, algunes dades per classes d'iniciatives, la gran majoria cenyides a Barcelona:

43. És el que en anglès es coneix com a *commons*, i en català com a comú, comuns o com a formes de gestió basades en el procomú.

- Grups de consum agroecològic: a Barcelona se n'identifiquen 59, i es calcula que tenen un impacte econòmic agregat de 4,2 milions d'euros anuals i impliquen unes 1.700 unitats familiars.
- Gestió ciutadana i comunitària d'espais: a Barcelona se n'identifiquen 23, i es calcula que generen un centenar de llocs de treballs directes, però que impliquen de manera voluntària i continuada 1.400 persones.
- Mercats d'intercanvi i bancs del temps: la pàgina web impulsada per Xaingra, *intercanvis.net*, registrava, l'any 2015, 150 xarxes a Catalunya. El 2012 s'estimava que el 33 % dels intercanvis tenien lloc a Barcelona. En aquesta ciutat, es poden trobar 13 mercats d'intercanvi i 21 bancs del temps.
- Horts urbans comunitaris: es calcula que a Barcelona n'hi ha una vintena, la majoria creats als primers anys del nou mil·lenni.⁴⁴
- Habitatge col·lectiu: no es disposa d'informació sobre la quantitat de processos col·lectius d'habitatge existents a Barcelona, perquè moltes cooperatives d'habitatge no tenen aquesta dimensió comunitària. El web «aparador» de molts d'aquests processos és *masqueunacasa.org*.

L'Ajuntament de Barcelona va elaborar una diagnosi d'aquestes iniciatives socio-comunitàries l'any 2016 on va analitzar principalment quatre tipus: grups de consum agroecològic, horts comunitaris, xarxes d'intercanvi i bancs del temps, i economies de les cures —principalment iniciatives vinculades a l'educació durant els primers anys de vida—. Són especialment interessants les conclusions d'aquesta diagnosi perquè defineixen els tipus de col·laboracions que podria dur a terme una administració local per tal de potenciar-les.⁴⁵ Algunes actuacions municipals que s'hi van proposar van ser cedir espais públics per a les activitats, divulgar-les a la ciutadania, prestar assessorament tècnic i legal, designar tècnics de referència, respondre amb més agilitat a l'hora de donar suport als projectes, tenir una actitud més proactiva, etc.

Una de les principals dificultats que entranya el treball amb aquestes pràctiques és que no encaixen en els marcs jurídics i administratius pel fet que tenen marcs normatius propis. Així doncs, les administracions han de trobar la manera d'adaptar-se per evitar que els requeriments jurídics els impedeixin ajudar aquestes experiències. En aquest sentit, resulta especialment interessant la feina desenvolupada al voltant del balanç comunitari, una eina dissenyada conjuntament entre l'Ajuntament de Barcelona, la Xarxa d'Economia Solidària i la Xarxa d'Espais Comunitaris per definir com avaluar la gestió comunitària dels espais públics, i fer que això estigui vinculat jurídicament a la seva cessió per part de l'Ajuntament. L'expliquem tot seguit.

44. FERNÁNDEZ, A.; MIRÓ, I. *L'economia social i solidària a Barcelona*. Barcelona: La Ciutat Invisible, SCCL, Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària, Ajuntament de Barcelona, gener del 2016. Resum disponible aquí: <https://bit.ly/2vCCFe4>.

45. <https://bit.ly/2Vkcmsw>.

Cas destacat 13: El balanç comunitari i el programa Patrimoni Ciutadà de Barcelona**Objectius i funcionament**

El balanç comunitari és una eina d'avaluació i de millora contínua dels processos de gestió comunitària d'equipaments o espais publicocomunitaris. Està concebut per acompanyar col·lectius que vulguin emprendre millores en la seva dimensió comunitària i consta d'aquestes característiques:

- Està format per indicadors que avaluen la qualitat comunitària dels projectes.
- Recull dades quantitatives agregables, però també qualitatives, que permeten compartir el coneixement col·lectiu.
- Permet l'autoavaluació del projecte i la millora contínua.
- N'hi ha dues modalitats: la bàsica i la completa.

Els indicadors estan ordenats en quatre grans blocs: arrelament al territori; impacte i retorn social; gestió democràtica, transparent i participada per tota la comunitat, i atenció a la cura de les persones, dels processos i de l'entorn.

El balanç comunitari ja és requisit per a les entitats sense ànim de lucre a les quals se cedeixen locals o solars en el marc del Programa Patrimoni Ciutadà de l'Ajuntament de Barcelona, i pot ser-ho en altres àmbits si així es consensua amb els col·lectius. Per tant, permet a l'Ajuntament fer seguiment de l'impacte i el retorn social dels projectes comunitaris a què es dona suport cedint-los espais i, sovint, amb convenis o subvencions. Suposa, doncs, un canvi de lògica en la rendició de comptes dels projectes comunitaris, perquè es passa d'avaluar en lògica quantitativa i de resultats a fer seguiment de l'impacte comunitari i el retorn social dels projectes als quals es dona suport.

Agents implicats

El projecte s'ha desenvolupat de manera conjunta entre la Xarxa d'Espais Comunitaris (XEC), la Xarxa d'Economia Solidària (XES) i l'Ajuntament de Barcelona a través del programa Patrimoni Ciutadà.

El balanç es basa en el balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària. Per definir criteris i estructura, es va seguir un procés de debat en diversos tallers i trobades, on els diferents col·lectius que integren la XEC van aportar el seu coneixement en gestió comunitària per tal de definir-ne els criteris i convertir-los, posteriorment, en preguntes i indicadors concrets.

Durada i recursos econòmics

Aquest projecte ha requerit un suport tècnic tant en l'acompanyament i la dinamització dels espais de debat i la definició col·lectiva, com en els requeriments més tècnics associats a la definició d'indicadors i la seva programació en la plataforma tecnològica.

A la tardor del 2018 van començar els projectes pilot, en què sis projectes de gestió comunitària inclosos en el programa Patrimoni Ciutadà havien de reportar dades i emprar la primera versió del balanç comunitari. L'any 2019 es preveia haver-lo estès a un univers més ampli d'iniciatives. Per a la recollida de dades es necessiten recursos temporals que acompanyin els projectes avaluats i cobreixin el cost de manteniment i la gestió de la plataforma tecnològica.

Aplicabilitat

El balanç comunitari s'ha concebut com una eina d'avaluació i diagnòstic de projectes comunitaris utilitzable pels col·lectius que el requereixin, com també per les administracions locals que vulguin aplicar aquesta lògica d'avaluació en programes de cessió d'espais i equipaments públics similars al Patrimoni Ciutadà de l'Ajuntament de Barcelona. La plataforma tecnològica és oberta.

Web i contacte

Web: <http://xec.cat>

a/e: patrimoniciudadabcn@gmail.com

2.2.3. Compra pública responsable

Les administracions són grans consumidores. Es calcula que la contractació de subministraments, obres i serveis per les administracions de l'Estat espanyol representa el 15 % del PIB.

Cada cop que una administració adjudica un contracte impacta en el mercat i en l'entorn. Fins fa molt poc, en una licitació es triava exclusivament l'oferta més barata, passant per damunt de consideracions ètiques, socials, ambientals, fins i tot de qualitat, i a més s'ometien els beneficis indirectes i induïts, així com els impactes a llarg termini de cada oferta. Era una manera molt estreta d'interpretar l'interès públic i l'eficiència.

Recentment, però, la compra i contractació pública ha deixat de ser una tècnica administrativa o un simple mitjà per obtenir prestacions, obres o serveis en les condicions econòmicament més avantatjoses a curt termini per a l'administració contractant, i ha esdevingut una estratègia de política pública, una eina jurídica que els poders públics han d'utilitzar per al compliment de les seves finalitats i valors fonamentals, que són la cohesió social, la redistribució de la riquesa, la democràcia, la igualtat i la justícia.

Emprant de manera estratègica el seu poder de compra, l'administració multiplica els efectes positius de la seva acció,⁴⁶ garanteix un ús dels fons públics més eficient, entenent l'eficiència com a eficiència global, això és, incorporant-hi l'eficiència social; dona suport al desenvolupament d'altres polítiques socials, i constitueix un exemple de responsabilitat social per a la resta d'agents econòmics i socials.

Podem definir la compra pública responsable, també dita contractació pública responsable, com la integració de disposicions o criteris socials, ètics i ambientals en els processos de compra i contractació de béns i serveis per part de les administracions públiques, els seus organismes autònoms i les institucions vinculades. Aquests criteris ètics, socials i ambientals restringeixen els licitadors que hi poden concórrer perquè fan de requisit previ (criteri d'admissió o reserva de mercat), ofereixen més punts als qui els compleixen (criteri d'adjudicació), concreten l'objecte del contracte (oferta amb valors) o en condicionen l'execució (condició d'execució).

La Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic planteja la contractació pública com una eina estratègica i obliga totes les administracions a introduir criteris ètics, socials i ambientals en les licitacions. Aquesta norma és la transposició de la Directiva 2014/24/UE del Parlament europeu i del Consell, que animava les administracions perquè introduïssin algunes clàusules en suport a objectius socials al llarg de les diferents fases del procés de contractació. La nova norma incorpora les esmenes que va presentar la Confederació Empresarial Espanyola de l'Economia Social (CEPES) i afavoreix contractar l'ESS. Amb la nova llei, s'ha de facilitar l'accés a la contractació pública de les empreses d'ESS; els criteris socials i ambientals s'han d'incorporar de manera transversal en qualsevol contractació; se supera el concepte de l'oferta econò-

46. Per exemple, un estudi presentat al Parlament de Navarra per ACEMNA (Asociación de Centros de Empleo de Navarra) l'any 2012 establí que cada euro invertit en un CET generava un retorn de 3,24 euros a la societat.

mica més avantatjosa, que és substituït pel de millor relació qualitat-preu; s'introdueix la possibilitat de reservar determinats contractes de serveis socials, culturals i de salut a entitats de l'ESS, i es resolen els supòsits de subrogació empresarial quan una entitat de l'ESS deixa de prestar els seus serveis a una administració.

Els tipus de clàusules socials més importants són:

- **Socials:** contractació a entitats sense ànim de lucre i de l'economia social i solidària, a entitats que contractin persones amb discapacitat, que tinguin plans d'igualtat, que garanteixin la paritat de gènere en la realització del contracte, que contemplin un retorn social, etc.
- **Ètiques:** contractació a entitats que es comprometin a oferir condicions laborals dignes, integrar criteris de comerç just, ser transparents en la gestió, deixar participar els treballadors, etc., sempre dins del marc de l'execució del contracte.
- **Ambientals:** contractació a entitats que es comprometin a reciclar els residus, implantar mesures d'ecoeficiència, disposar d'un sistema de gestió ambiental, etc.; d'alguna manera qualsevol mesura que tingui a veure amb l'economia circular, tot això també dins del marc de l'execució del contracte.

Les clàusules socials es poden incorporar en totes les fases del procediment de licitació: en la preparació o admissió (objecte del contracte, prohibició de contractar, solvència tècnica, contractes reservats), en l'adjudicació (criteris d'adjudicació, criteris de preferència) i en l'execució (condicions d'execució).

A fi que les clàusules socials tinguin una incidència real, és molt important que les licitacions redueixin el pes del preu en la tria del proveïdor i reservin la majoria de punts per a les valoracions qualitatives i els criteris de judici de valor (clàusules socials i indicadors tècnics). Si fins ara moltes vegades l'oferta econòmicament més avantatjosa no era en realitat l'oferta econòmicament més baixa perquè «allò barat acaba sortint car», en aquests moments la nova llei de contractes del sector públic permet tenir més en compte la qualitat, entesa globalment, que no pas el preu, i ho plasma amb l'expressió obtenir la «millor relació qualitat/preu».

La incorporació sistemàtica i raonada de clàusules socials és una tasca complexa, que ha de ser fruit d'un treball en equip per diferents departaments municipals (Contractació, Ocupació, Obres, Benestar Social, Igualtat, Secretaria, Intervenció...). Pot resultar molt útil nomenar responsables de contracte, així com disposar d'una comissió de compres i contractació pública responsable, de composició tecnicopolítica, que tingui com a funcions elaborar una proposta de pla anual de contractació pública que després serà sotmesa al Ple municipal, fer-ne el seguiment posterior i resoldre incidències.

Les clàusules s'han de complementar per altres vies; abans que cap altra, estipulant un preu just per als béns o serveis que es demanen per tal que puguin ser fets en condicions laborals dignes i no escanyar els licitadors amb preus tan baixos que els empenyin a pagar sous miserables i a crear llocs de treball precaris. D'altres vies són la contracta-

ció menor, que és d'adjudicació directa; l'ajustament del tipus de contractació a les característiques de les pimes —reducció dels terminis de pagament, divisió dels contractes en petits lots...—; la tria d'empreses d'ESS per sol·licitar-los ofertes en els procediments negociats sense publicitat; el foment de la compra responsable per part d'institucions parapúbliques, és a dir, organitzacions que no són administració però hi estan vinculades com molts hospitals, universitats, teatres, museus, etc.; i naturalment la reserva de mercat, de la qual parlarem més endavant.

En conjunt, la compra pública responsable ha de superar encara molts entrebancs per poder desplegar tots els seus efectes beneficiosos. Per ara, caldrà fer front a la manca de formació, informació, sensibilització, temps i materials de suport (sovint cal tenir mitjans molt especialitzats i invertir molt de temps per fer uns bons plecs); a les objeccions que pugui plantejar l'àrea jurídica o secretaria; a les impugnacions que puguin presentar grans empreses a través de poderosos bufets d'advocats; al risc que les licitacions quedin desertes i demorin l'execució del contracte; al desconeixement de les diferents activitats que fan les entitats de l'ESS; a la falta de lideratge polític; a les dificultats per controlar que els licitadors triats compleixin els compromisos contrets... Com veiem, els obstacles que s'han de salvar per fer efectiva la compra pública responsable, inclosa la contractació reservada, són nombrosos i variats; per això els qui les impulsen han de ser perseverants i treballar plegats amb homòlegs d'altres administracions per compartir experiències i, fins i tot, per fer compra conjunta (vegeu el cas destacat 15).

La compra pública responsable pot tenir el saludable efecte d'incorporar algunes pràctiques de l'economia social i solidària en una part del teixit empresarial convencional per tal de poder seguir accedint als mercats públics, però sobretot els proveïdors més beneficiats són els d'economia social i solidària, ja que les seves entitats acostumen a complir de manera natural moltes clàusules socials. Els efectes econòmics de la compra pública responsable sobre l'ESS són de tres tipus: efectes directes (despesa pública que va a contractistes d'ESS), indirectes (despesa generada per empreses contractades que, al seu torn, subcontracten d'altres d'ESS) i efectes induïts (trasllat cap a entitats d'ESS de l'augment de rendes del treball que comporta el contracte).⁴⁷

En la mesura que beneficia l'ESS i l'ajuda a créixer i a diversificar-se, la compra pública responsable afavoreix el sorgiment d'un mercat social. Però també convindria explorar possibilitats més específiques per fomentar aquest mercat des de la compra pública, com ara incloure la subcontractació a altres entitats de l'ESS en els criteris de valoració de l'oferta o en les condicions d'execució, o bé valorar la presentació conjunta a la licitació de diferents entitats d'ESS per mitjà d'una UTE, sempre en benefici de la complementarietat d'expertes. De fet, hi ha subvencions de la Unió Europea que estipulen que el projecte per subvencionar s'ha de presentar entre *partners* de diferents estats de la Unió en el marc de l'anomenada cooperació territorial europea.

47. BOIXADER, Jordi, «Compra i contractació pública local per enfortir l'economia social i solidària», *Nexe* 37, gener del 2016, FCTC, Barcelona.

Per últim, no podem ignorar que la compra pública responsable planteja també reptes i riscos a l'ESS; els reptes de millorar les seves ofertes de béns i serveis; de guanyar dimensió, capacitat econòmica i solvència tècnica, i d'entrar en altres sectors d'activitat; i els riscos d'inundar les entitats d'ESS existents amb encàrrecs públics que les facin dependre massa d'aquestes i, per tant, que les torni poc crítiques i emancipadores, així com d'afavorir el sorgiment de moltes iniciatives oportunistes o simplement atretes per l'expansió passatgera del mercat públic però inviàbles a mitjà termini; és el que de vegades se n'ha dit el perill de crear una bombolla d'ESS.

Cas destacat 14: Inclusió de criteris socials, ambientals i ètics en la contractació pública de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú

<p>Objectius i funcionament</p> <p>L'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú ha estat dels primers del país a intentar incloure sistemàticament les clàusules socials en les licitacions. Va crear la Comissió de Compres i Contractació Pública Responsable (2012), el Codi d'Ètica i Bon Govern (2013), el Plec de Clàusules Administratives Generals de Contractació (2014) i, el 2015, la <i>Guia pràctica per a la inclusió de criteris socials, ambientals i ètics en la contractació pública de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú</i>. També va crear la Unitat de Contractació Pública Responsable i ha fet accions de formació i sensibilització adreçades als responsables de cada departament.</p> <p>La Guia estableix que les clàusules socials es poden incorporar en les diferents fases del procés: l'admissió, la valoració i l'execució. Assenyala que «sempre que sigui possible i la tipologia del contracte ho permeti, s'intentarà d'incloure de forma expressa a l'objecte del contracte el seu valor social, ambiental o ètic».</p>
<p>Agents implicats</p> <p>La Unitat de Contractació Pública Responsable, el cap del Departament de Compres i el secretari municipal.</p>
<p>Recursos econòmics</p> <p>No calen recursos econòmics, però sí moltes hores de feina.</p>
<p>Aplicabilitat</p> <p>Algunes de les lliçons que s'extreuen de l'experiència de Vilanova i la Geltrú són que el preu no ha de ser el criteri determinant, la necessitat d'estipular que s'ha de fer un informe raonat en el cas que no s'hagin inclòs clàusules socials en una licitació, la utilitat d'una guia repositori que faciliti la feina als tècnics i la importància de comptar amb alguna persona de l'Ajuntament que s'hi dediqui.</p>
<p>Contacte</p> <p>https://www.vilanova.cat</p>

2.2.4. Mercats reservats

El contracte reservat és una figura legal específica que implica que, en la licitació d'un contracte públic, només podran participar i en conseqüència resultar adjudicatàries determinades entitats, en el nostre cas els centres especials de treball (CET) d'iniciativa social i les empreses d'inserció (EI), tal com apareixen regulades en la Llei 44/2007.

Els centres especials de treball (CET) ocupen persones amb discapacitat física o intel·lectual, de vegades com a antesala al mercat laboral ordinari, en altres ocasions per tenir un lloc de treball permanent. Per ser CET, una empresa ha de comptar en la plantilla almenys amb un 70 % de treballadors que tinguin reconeguda una discapacitat igual o superior a un 33 %.

Per la seva banda, les empreses d'inserció (EI) són entitats que duen a terme activitats econòmiques productives amb l'objectiu principal d'integrar sociolaboralment persones en situació o risc d'exclusió mitjançant un procés temporal d'aprenentatge i acompanyament mentre els proporciona un treball remunerat. Per ser declarada EI, almenys entre el 30 % i el 50 % de la plantilla ha d'estar formada per persones en situació d'exclusió social.

Qualsevol administració pública ha d'adjudicar amb contractes reservats un mínim del total del pressupost anual de contractes públics d'obres, subministraments i serveis, de manera que es generi un mercat protegit que faciliti la viabilitat i el creixement dels CET i les EI. Això no treu que hi haurà d'haver igualment competència real entre les empreses, però aquesta serà entre diversos CET o EI.

Finalment, cal tenir en compte que la reserva de mercat pot incloure altres entitats sense ànim de lucre, a més dels EI i els CET, en els supòsits de contractació directa sense concurrència o contracte menor. En efecte, l'article 77 de la directiva comunitària 2014/25/CE permet als estats membres reservar a organitzacions democràtiques i sense ànim de lucre serveis socials, culturals i de salut, això sí, en contractes d'una durada no superior a tres anys i amb la prohibició de donar-los continuïtat per tres anys més.

Cas destacat 15: Sweatfree Purchasing Consortium

Objectius i funcionament

El Sweatfree Purchasing Consortium es va fundar el 2010 i consisteix en una xarxa estatunidenca d'administracions públiques que busquen adquirir els productes que necessiten (uniformes per a treballadors públics, aparells electrònics...) a empreses que dispensen condicions laborals dignes als seus treballadors. L'acció col·lectiva els permet investigar les condicions de treball dels seus potencials proveïdors i fer compres conjuntes a empreses amb responsabilitat social.

La xarxa és conscient que, ajudant a engrandir el mercat de productes fabricats en condicions laborals dignes, incentiva les empreses a millorar els estàndards laborals que demanen als seus proveïdors, molts d'ells maquiles de països empobrits.

L'òrgan de govern del consorci és una junta directiva formada per representants de les administracions que en són sòcies i per experts en drets laborals.

Agents implicats

Els estats de Nova York i Pennsylvania, a més de les ciutats d'Austin, Berkeley, Chicago, Ithaca, Los Angeles, Madison, Milwaukee, Olympia, Portland, San Francisco, Santa Fe, Seattle i la University City de Missouri.

Durada i recursos econòmics

El consorci coordina recursos públics i privats per aconseguir aquest objectiu.

Aplicabilitat

La contractació pública responsable s'implantarà abans i amb més força a casa nostra si les administracions la treballen conjuntament, com fa aquest consorci dels EUA. Un marc per a això pot ser la Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària (XMESS).

Web

<http://buysweatfree.org>

2.2.5. Cooperació publicosocial

La cooperació, col·laboració o concertació publicosocial vol ser una alternativa a l'anomenada col·laboració publicoprivada, per evitar que els operadors mercantils facin negoci a costa de la qualitat i la universalitat dels serveis públics, i fins i tot que aquests s'acabin privatitzant.

La cooperació publicosocial ha de servir per reforçar allò públic, fent-lo més participatiu i adaptable a les necessitats socials, perquè sigui més de totes, per a totes i fet amb totes les persones. Parteix de la convergència d'objectius entre l'administració pública i l'ESS, perquè totes dues tenen vocació de servei a la societat, defensen —o haurien de defensar— l'interès general i comparteixen valors. Cerca la corresponsabilitat entre administracions i organitzacions no lucratives, que poden tractar-se d'entitats de l'ESS, sempre sense ànim de lucre, o bé d'associacions socials i veïnals, segons l'objecte de la col·laboració.

Aquesta mena de cooperació adopta moltes formes. Poden ser els convenis entre ajuntaments i entitats de finances ètiques com són Coop57, Fiare o Acció Solidària contra l'Atur per fomentar noves iniciatives d'emprenedoria social per mitjà d'accions de sensibilització i formació, i de fons d'aval conjunts. O el conveni de l'Ajuntament d'Arbúcies amb Som Energia per a la prevenció i lluita contra la pobresa energètica.

Així mateix, pot tenir a veure amb la gestió de serveis públics de titularitat municipal. En aquest àmbit, segons sigui l'activitat i el context, serà millor optar per una gestió directa des de l'Ajuntament, idealment participada per usuaris i treballadors, mentre que, en altres casos, valdrà més transferir una part o tota la gestió a una entitat de l'ESS o a un col·lectiu veïnal, mantenint sempre la titularitat i la responsabilitat públiques, i amb els poders públics definint les condicions d'execució i exercint en tot moment el control perquè funcioni de veritat com un servei públic universal, equitatiu, participat i eficaç.

Es pot tractar, posem per cas, d'un ajuntament que cedeix la gestió o l'ús d'espais o d'equipaments a una entitat o conjunt d'entitats d'un barri, com els casos de l'Ateneu Popular La Coma Cros a Salt o d'una vintena d'equipaments de gestió comunitària a Barcelona, com l'Ateneu Popular de Nou Barris o Coòpolis. Poden ser els convenis entre la Fundació Habitat 3 i diversos ajuntaments del país —Sant Pere de Ribes, Granollers, Vilafranca del Penedès, Esplugues de Llobregat, etc.—, per gestionar habitatges de lloguer social per encàrrec de les administracions públiques i posar a la seva disposició els habitatges que obté de propietaris privats i d'entitats financeres, perquè els destinin a

col·lectius en situació vulnerable. Pot ser el suport que brinda una altra fundació, en aquest cas de terres gironines, la Fundació SER.GI, als ajuntaments que volen impulsar la masoveria urbana. Pot tractar-se del disseny conjunt del postgrau d'ESS de la UAB entre aquesta universitat, l'Ajuntament i Teler Cooperatiu (Xarxa d'Economia Solidària de Sabadell, Castellar del Vallès, Barberà del Vallès i rodalies). O, en fi, pot consistir que l'administració sigui sòcia d'una entitat d'ESS per ajudar que tiri endavant com són els casos de Cuidem Lluçanès, una cooperativa de consumidors de cures, de la qual són socis també els ajuntaments de Sobremunt i Prats així com el Consorci del Lluçanès, o Forestal.coop, una cooperativa berguedana que té com a sòcia col·laboradora l'Agència de Desenvolupament del Berguedà.

El tercer sector social és l'àmbit de l'ESS que més està impulsant la cooperació públic-social.⁴⁸ Aquesta cooperació pot adoptar moltes variants: el consistori pot cedir locals o naus, o bé deixar-los en lloguer a la cooperativa a un preu per sota del mercat; assumir l'Ajuntament les despeses corrents mentre que la cooperativa es fa càrrec de les despeses de condicionar el local per a l'activitat; es pot plantejar fins i tot el finançament conjunt de l'activitat o la cerca conjunta de finançament, etc.

A la tardor del 2018, a més, el tercer sector social va llançar la proposta a la Generalitat perquè cobrés els serveis d'atenció a les persones, no amb licitacions públiques com fins ara, sinó a través d'un marc de relació estable per mitjà de l'acció concertada, tenint present la importància vital dels serveis d'atenció a les persones per garantir la dignitat i la integritat humanes i havent constatat que sovint aquests serveis acaben sotmesos a la lògica del concurs i del preu, per davant de la qualitat del servei i la protecció dels drets socials.⁴⁹ Sembla que la Conselleria de Treball ha fet seva la proposta i s'ha compromès a presentar una llei de concertació social dels serveis d'atenció a les persones, que així ho disposi.

Estem parlant, doncs, de crear àmbits de coproducció i de cogestió. El terme «coproducció» s'utilitza majoritàriament en el camp de les polítiques públiques i parteix sobretot de considerar que tant les administracions com la resta dels agents implicats en un problema social haurien de participar en la solució treballant de manera coordinada en el procés d'elaboració de les conseqüents polítiques i serveis públics. És a dir, la coproducció se sosté sobre una visió d'allò públic com un element que ultrapassa l'esfera institucional.⁵⁰

Algunes administracions locals han adoptat el concepte de coproducció per orientar la seva creació de política pública. Així, per exemple, l'Ajuntament de Barcelona es proposa avançar cap a un model de coproducció, en què l'administració municipal

48. Podeu llegir més experiències d'aquesta mena de cooperació en serveis d'atenció a les persones a *Sumant per les persones. Bones pràctiques en la col·laboració entre el món local i el cooperativisme d'iniciativa social* (disponible en línia). FCTC, 2012, Barcelona.

49. Vegeu *Per una gestió de serveis públics d'atenció a les persones amb la iniciativa social sense afany de lucre a través de l'acció concertada*, La Confederació, abril del 2018.

50. SUBIRATS, J. (2015). «Innovación Social y Coproducción de Políticas Públicas en un Escenario Post-Crisis». *XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Lima (Perú), 10-13 nov. 2015.

exerceixi el rol d'agent facilitador mentre que la ciutadania és la protagonista.⁵¹ Una plas-mació molt pràctica d'aquest propòsit és la utilització de la plataforma de participació ciutadana i de coproducció Decidim Barcelona,⁵² que té com a principal objectiu sus-citar debat, a més d'elaborar i avaluar propostes que incideixin en el procés de creació de polítiques públiques.

El terme cogestió designa la gestió compartida d'una entitat, servei o equipament. Iniciatives com el Pla Buits⁵³ (Barcelona), Zorrotzaurre⁵⁴ (Bilbao) o Horts Urbans de Benimaclet⁵⁵ (València) són exemples de projectes que són fruit, al seu torn, de la copro-ducció i la cogestió, per tal com ha estat la creativitat social la que ha ajudat les mateixes administracions a trobar una sortida per a espais que estaven sense ús, i aquests s'han gestionat de manera compartida.⁵⁶

Per cada una de les dinàmiques —coproducció i cogestió— trobem reptes específics. Així, per als processos de coproducció, el repte més important manté relació amb la presa de decisions, i, en el cas de les polítiques públiques, passar de consells ciutadans consultius a formes de govern en què les decisions compartides amb la ciutadania siguin vinculants. De fet, si ens ho mirem des de l'òptica del mercat social, probablement el plantejament hagi de ser invers: el protagonista del mercat social és l'ESS —ja que n'és l'impulsor històric i, sobretot, el principal agent econòmic d'aquest mercat— i aquesta demana a les administracions públiques que facin d'institució de suport duent a terme tasques de facilitació, promoció, etc., i comprant dins el mercat social.

Quant a la cogestió, un dels principals camps de batalla és dotar-se d'un marc jurídic que permeti clarament concertar la gestió d'un seguit de serveis públics amb entitats sense ànim de lucre de l'ESS, a les quals s'exigeixin uns estàndards de qualitat laboral i de transparència, reservant sempre per a l'administració la direcció i el control del servei. El segon repte apunta, abans que res, al mateix àmbit de l'ESS, i és que les entitats de l'ESS assoleixin prou capacitat operativa per gestionar determinats serveis públics. Des d'una perspectiva de cogestió, resulta especialment rellevant el programa Ateneus Cooperatius de la Generalitat, perquè incorpora la intercooperació com una estratègia per guanyar capacitat de gestió d'un programa que impulsa l'administració. L'explorarem més endavant, en el cas destacat 23.

51. <https://bit.ly/2GVYrP9>.

52. <https://www.decidim.barcelona>.

53. <https://bit.ly/2pCrZK5>.

54. <http://www.zorrotzaurre.com>.

55. <http://www.huertosurbanosbenimaclet.com>.

56. SUBIRATS, J. (2015). «Innovación Social y Coproducción de Políticas Públicas en un Escenario Post-Crisis». *XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Lima (Perú), 10-13 nov. 2015.

Cas destacat 16: Fundació Social Berguedà**Objectius i funcionament**

A finals del 2017 es va crear la Fundació Social Berguedà, impulsada pel Consell Comarcal del Berguedà, que agrupa totes les entitats del tercer sector social i tots els ajuntaments de la comarca, per tal de promoure la inserció sociolaboral de persones amb malalties mentals o amb diversitat funcional intel·lectual, i de persones en elevat risc d'exclusió social.

La Fundació és l'espai de coordinació que defineix la política d'inserció laboral per a aquestes persones. Els seus objectius són coordinar i vertebrar l'activitat entre els ens públics i les entitats del tercer sector, aprofitar el bagatge de projectes i iniciatives efectuats durant anys a través de les taules del programa Berguedà en Xarxa, així com reforçar les iniciatives que ja es fan i impulsar-ne de noves en àmbits que en aquests moments no aborda cap entitat ni administració, com podria ser la creació d'una empresa d'inserció pública que depengui de la fundació.

Agents implicats

Els patrons fundacionals són el Consell Comarcal del Berguedà, l'Associació Pro-Disminuïts Psíquics del Berguedà, la Fundació Privada Horitzó del Berguedà, Salut Mental Associació de Familiars i Amics (Berguedà), ActivaMent Catalunya, Càritas Parroquial de Berga i La Fundació Privada Tutelar del Berguedà. La pretensió és que agrupi totes les entitats del tercer sector social de la comarca.

A més, i per tal que els ajuntaments tinguin veu i vot en aquest ens, disposen de quatre vocals escollits per trams poblacionals i per ordre alfabètic que hauran de rotar. Els primers són els representants de les poblacions d'Avià, Berga, Borredà i Casserres.

Durada i recursos econòmics

Parteix d'un capital social de 30.000 euros i no té personal propi, sinó que utilitza el del consell comarcal, les entitats i els ajuntaments.

Aplicabilitat

Pot ser perfectament replicable en moltes comarques del país que tinguin un nombre abastable de municipis i entitats i que disposin d'una experiència prèvia de treball conjunt.

Contacte

Adreça: C/ Barcelona, 49, 3r, Berga

La darrera modalitat de cooperació publicosocial, en aquest cas de cogestió, que volem esmentar són les cooperatives de serveis públics, és a dir, societats cooperatives sense ànim de lucre, propietat almenys d'una administració en combinació, almenys també, amb un altre tipus de soci —els treballadors, els usuaris, etc.—, les quals tenen com a objectiu gestionar un servei públic.

Aquesta mena de cooperatives es troben esteses en diversos països del món. Fins i tot existeix una xarxa de cooperatives de serveis públics vinculada a l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI) i formada per cooperatives de Gran Bretanya, EUA, Bèlgica, Costa Rica, Argentina, Mèxic, Bolívia, Paraguai i Canadà. Així mateix, a Itàlia, molts serveis d'atenció a les persones són gestionats per les cooperatives socials, de les quals sol formar part també una administració, igual com passa a França amb les societats cooperatives d'interès col·lectiu, que ressenyem en el cas destacat 17.

A l'Estat espanyol, però, encara no hi ha cooperatives de serveis públics, per bé que la legislació general les permeti i que la legislació valenciana i andalusa de cooperatives

les prevegi de manera explícita. En efecte, la llei valenciana de cooperatives del 2003 regula les cooperatives de serveis públics per proveir la gestió directa d'aquests serveis. En aquestes cooperatives participaran com a sòcies l'entitat o les entitats públiques promotores i les usuàries.

Pel que fa a la llei andalusa, la cooperativa de serveis públics apareix al seu reglament, aprovat al final del 2015, i estipula que les administracions locals i la Junta d'Andalusia poden promoure la constitució de cooperatives amb l'objectiu de prestar serveis públics de qualitat. Els requisits bàsics per crear una cooperativa d'aquest estil són tenir almenys una administració pública com a sòcia i que els serveis a prestar siguin públics, mentre no exigeixin l'exercici d'autoritat pública, com ara l'ordre públic i la protecció civil. Aquestes cooperatives poden ser completament públiques (formades per tres o més organismes públics) o bé mixtes (formades per organismes públics i socis treballadors, socis usuaris i entitats privades amb experiència demostrada en el sector). Si un dels socis és l'Ajuntament, aquest pot tenir fins al 49 % del capital, presidir el consell rector i tenir més del 50 % dels vots. El control del servei sempre es manté com a potestat i obligació de l'administració.

Ens podríem imaginar, per exemple, la constitució d'una cooperativa de serveis públics entre un Ajuntament i periodistes per gestionar una televisió local o una ràdio municipal. O, posem per cas, una cooperativa pública formada per una agència d'habitatge i rehabilitació, una cooperativa de treball de serveis urbanístics i els usuaris d'aquests habitatges que s'associen per rehabilitar el parc d'habitatges d'un barri. El cas, però, és que fins ara, que coneguem, no s'han donat cooperatives d'aquesta mena.

A Catalunya, els ajuntaments de Barcelona i Arbúcies —aquest darrer per gestionar el servei d'atenció domiciliària, juntament amb les persones treballadores d'aquest servei— tracten de crear una cooperativa d'aquest tipus, però el fet que la llei catalana de cooperatives no ho prevegi els està posant moltes traves.

Cas destacat 17: Les societats cooperatives d'interès col·lectiu

Objectius i funcionament

Les societats cooperatives d'interès col·lectiu (SCIC) són cooperatives de treball sense ànim de lucre, propietat de tres grups d'interès: les persones treballadores o productores, les beneficiàries (clientes, usuàries, proveïdores...) i les que col·laboren amb el projecte (associacions, ajuntaments, voluntariat...), que produeixen béns o serveis d'utilitat social en els camps de la cultura, els serveis socials, les energies renovables, l'educació i la comunicació.

Les SCIC neixen a França l'any 2000 impulsades per la Confederació General de les Societats Cooperatives Obreres de Producció (CGSCOP), que volia crear un nou tipus de cooperativa similar a les cooperatives socials italianes, i pel govern francès, interessat a potenciar empreses amb objectius socials clars.

En una SCIC, tots els socis participen en la gestió cooperativa i els seus estatuts poden recollir la ponderació de vot per garantir un equilibri de poder entre els diferents grups d'interès. Aleshores es formen col·legis electorals —tres com a mínim— i cada col·legi ha de tenir entre el 10 i el 50 % dels vots de l'assemblea general. Segons la llei també, un ajuntament pot disposar, com a màxim, del 50 % del capital social d'una SCIC.

La SCIC és l'únic tipus d'empresa a França que permet tenir com a socis el voluntariat i les administracions.

Agents implicats

El 2018 hi havia 692 SCIC actives.

Aplicabilitat

La llei catalana de cooperatives no regula explícitament aquesta mena de cooperatives, la qual cosa en fa difícil la constitució, encara que es pot intentar utilitzant altres figures jurídiques cooperatives existents.

Web

<http://www.les-scic.coop>

2.2.6. Monedes per crear mercats socials

Moneda social, moneda local, moneda ciutadana, moneda complementària, moneda lliure, moneda comunitària, sistema de crèdit mutu, banc del temps... són els noms més utilitzats per designar una àmplia varietat de sistemes d'intercanvi o de compravenda de béns i serveis entre persones i/o entitats, utilitzant un mitjà d'intercanvi o de pagament diferent de l'oficial, un mitjà que és propi només d'una comunitat d'usuaris. Per això, nosaltres ens hi referirem com a monedes comunitàries.

Es calcula que, en aquests moments, hi ha unes cinc mil monedes comunitàries al món. Aquests milers de monedes els podem classificar en uns quants subtipus. Per un cantó, trobem les monedes locals, és a dir, les utilitzades per comprar a l'interior d'una comunitat territorial. És el cas, per exemple, del bristol pound a Bristol, de l'eusko a Euskadi Nord o de la grama a Santa Coloma de Gramenet. Per l'altre cantó, trobem les monedes socials, és a dir, les creades per una comunitat professional (el wir entre les pimes suïsses, el sàrdex entre les empreses de Sardenya) o ideològica (la Xarxa Eco del Camp de Tarragona; el puma dins de la Red de Moneda Social Puma de Sevilla; el boniato, ara rebatejat ETICS, al Mercat Social de Madrid). En tercer lloc, hi ha les que encreuen tots dos criteris, diguem les monedes socials-locales, per exemple, el sol-violette com a mitjà per comprar a les entitats de l'economia social i solidària, i properes, de la ciutat francesa de Tolosa de Llenguadoc. Per últim, hi ha les monedes de recompensa, això és, aquelles que premien bones pràctiques ciutadanes, com ara el toreke a Ghent (Bèlgica), la samen-doen als municipis holandesos de Tholen i Bergen op Zoom, o el projecte de vilawatt, una moneda basada en estalvis energètics, a Viladecans.

D'altra banda, hi ha monedes comunitàries que són suportades per una moneda oficial (la grama o el sol-violette), algunes de les quals són convertibles a aquella, bé que sovint amb una petita penalització (el chiemgauer alemany); d'altres que són inconvertibles (les ithaca hour estatunidenques), i unes terceres que són sistemes de crèdit mutu basats en el temps i, per tant, no tenen un suport en la moneda oficial (els LETS anglosaxons, els SEL francesos o els nostres bancs de temps).

Una altra classificació possible és destriar entre les monedes gestionades per un Ajuntament (el bristol pound, el rec barceloní, alguns bancs de temps) i les gestionades

per una associació ciutadana (la turuta vilanovina, el sàrdex, alguns bancs de temps, l'eusko) o per òrgans mixtos (el sol-violette). En aquests dos últims casos podem considerar que les monedes són un bé comú.

Per últim, hi ha monedes comunitàries en bitllets, en sistemes electrònics —aplicació mòbil, targeta de pagament— o en les dues modalitats, i encara d'altres que són simplement anotacions comptables.

Els beneficis de les monedes comunitàries són múltiples. Considerades en bloc, com si fossin un sol tipus, podem afirmar que creen comunitat i cohesió social, promouen les habilitats individuals, situen els intercanvis dins d'una relació social més àmplia, desfetixitzen la moneda i ajuden a prendre consciència del procés econòmic i a apoderar els que hi participen, permeten accedir al crèdit, donen liquiditat, estalvien euros, enforteixen i diversifiquen l'economia local, generen riquesa entre les persones i entitats que les usen, i milloren les condicions de vida dels sectors més desfavorits.

Una vegada explicat què són les monedes comunitàries, ens hauríem de preguntar: disposar d'una moneda pròpia de l'economia social i solidària contribuiria a crear el mercat social català? Si fos així, com hauria de ser aquesta moneda?

Una moneda que només servís per comprar béns i serveis fets per l'ESS serviria, sens dubte, per crear un circuit de consum propi de l'ESS que faria augmentar i fidelitzar la demanda d'aquesta mena de productes, tant per part dels consumidors responsables individuals (B2C, *business to consumer*) com per compres entre els mateixos productors (B2B, *business to business*). A més, facilitaria la intercooperació i l'articulació de cadenes de valor d'ESS, perquè cada entitat d'ESS que utilitzés la moneda pròpia preferiria treballar amb un proveïdor que acceptés cobrar totalment o parcialment en aquesta moneda i, per tant, seria d'ESS.

De fet, el cooperativisme català ja va fer servir moneda pròpia —de paper, cartró, plàstic o, fins i tot, metall— per facilitar les operacions internes. S'estima que entre 1880 i 1950 hi hagué, com a mínim, 2.150 monedes de cooperatives de consum o agràries a Catalunya.

Ara bé, perquè avui dia una moneda del mercat social català fos realment útil i no pas testimonial, caldria garantir prèviament una massa crítica de productors, per una banda, i de consumidors per l'altra, disposats a utilitzar-la. Per a això, la moneda de l'ESS hauria de suscitar confiança, gaudir d'un bon llançament inicial i, al mateix temps, tenir ja assegurada una oferta de béns i serveis que fos àmplia, de qualitat, a bon preu i de proximitat.

La confiança la donaria que la moneda de l'ESS es pogués convertir en euros en qual-sevol moment; però també la bona reputació que s'ha guanyat la mateixa ESS i aconseguir que el funcionament de la moneda fos responsabilitat conjunta d'administracions, entitats de finances ètiques i associacions representatives de l'economia social i solidària. Probablement, també aplanaria el camí el fet que el sector més procliu de la ciutadania ja es troba una mica familiaritzat amb monedes com aquestes gràcies a les experiències de l'ecosol a les fires de la XES, del rec, de la grama i de la turuta, monedes amb les quals es podria acordar un sistema de convertibilitat.

Pel que fa al llançament inicial, ens sembla versemblant imaginar que es podria partir d'una massa de moneda comunitària equivalent a 200.000 euros, com a resultat del bescanvi d'euros per moneda d'ESS d'uns quants centenars de persones i entitats de l'ESS i de l'entorn. Quant a les despeses derivades de la posada en marxa de la moneda, es podrien sufragar amb subvencions públiques.

Per últim, quina seria la base social de partida d'una moneda del mercat social català? Doncs totes les botigues i empreses radicades en aquells territoris on hi ha més massa crítica i que, a més, complissin uns criteris mínims de qualitat laboral, social i ambiental, acreditats mitjançant el balanç social de la XES, el Pam a Pam, el valor social.coop de la FCTC, o perquè són socis del Coop57 o de Fiare i, per tant, han hagut de superar el qüestionari social d'admissió. És a dir, estariem parlant de moltes cooperatives, associacions, fundacions, societats laborals, empreses d'inserció, centres especials de treball; però també d'autònoms, professionals, botigues i tallers que obtinguessin l'acreditació del Pam a Pam.

Si pensem que, en aquests moments, allà on hi ha més massa crítica, Barcelona, només cenyint-nos al Pam a Pam ja s'han acreditat gairebé 400 activitats econòmiques, i a més ens imaginem que la fase de preparació del llançament de la moneda concediria un o dos anys de temps per sumar nous agents, sembla raonable pensar que l'inici de la moneda de l'economia social i solidària catalana no tindria res a envejar a la majoria de monedes comunitàries que avui són referents al món.

Comparem la xifra, si no, amb les dels inicis del bristol pound, el chiemgauer o l'eusko. Encara que Barcelona té una població clarament superior a la d'aquestes ciutats o territoris europeus, també es partiria d'una massa crítica inicial d'oferta clarament superior. Quan l'Ajuntament de Bristol va crear el bristol pound l'any 2012 partia del compromís de 350 proveïdors —avui ja en són 800— i va posar en circulació l'equivalent a 125.000 lliures esterlines. El sol-violette va sortir als carrers de Tolosa el 2011 amb uns 50 productors de l'ESS, 150 consumidors interessats i un finançament inicial de 120.000 euros assumit per l'Ajuntament; avui l'accepten uns 250 productors i el fan servir per comprar regularment 2.500 consumidors. El chiemgauer va començar el 2003 amb 100 comerços locals i 130 usuaris; avui ja són 850 comerços i 1.500 usuaris habituals. L'eusko es va estrenar el 2013 amb 73 empreses, comerciants, autònoms i associacions, a més de 300 usuaris inicials, i 22.000 euskos en bitllets d'1, 2, 5, 10 i 20; el 2018 l'utilitzaven 650 proveïdors, 3.000 usuaris i hi havia en circulació un milió d'euskos, una xifra que el converteix en la moneda comunitària més utilitzada de tot Europa. En fi, el rec, impulsat per l'Ajuntament de Barcelona, va començar a funcionar l'octubre del 2018 amb 86 comerços, 315 usuaris i una massa monetària de 42.590,39 recs.

Basant-nos en les classificacions de les monedes comunitàries que hem esmentat, una divisa que ajudés a crear el mercat social català hauria de ser de tipus social-local —utilitzada per la comunitat de productors i consumidors de l'ESS i per les micropimes mercantils responsables—, suportada per l'euro (els euros equivalents a la massa de moneda de l'ESS posada en circulació restarien dipositats com a garantia en una

entitat de finances ètiques), convertible en euros amb una penalització (inspirant-se en l'eusko, podria ser del 5 %, del qual un 3 % es destinaria a un fons d'inversió d'iniciatives sociocomunitàries d'ESS i el 2 % restant per finançar el sistema de la moneda), gestionada democràticament per un òrgan de govern format pel moviment d'economia social i solidària, els ens locals implicats i l'entitat o les entitats de finances ètiques i cooperatives que hi participessin, i circular en format electrònic (app i targeta), però també en bitllets, com l'eusko, el bristol pound o el sol-violette, almenys durant els primers anys, ja que ajudaria a popularitzar la moneda i evitaria discriminar els sectors poc avesats a pagar per mòbil.

Es podria objectar que ja s'ha fet algun intent per crear una moneda de l'economia solidària catalana, l'ecosol, i que, ara com ara, aquesta ha quedat reduïda a fer de mitjà de pagament dins les fires d'economia solidària de la XES; però ni és el mateix tipus de moneda que ara es proposa (aquell ecosol estava concebut bàsicament com una moneda de crèdit mutu entre entitats de l'ESS), ni ens trobem en el mateix context (llavors era en plena crisi, les empreses d'ESS se centraven a sobreviure, l'ESS estava menys desenvolupada i no es podia esperar el suport de cap administració pública).

Cas destacat 18: El sol-violette

Objectius i funcionament

El sol-violette és una moneda comunitària llançada per promoure els intercanvis locals i els circuits curts a Toulouse. Els sols es poden comprar en euros a la caixa de crèdit municipal, en una cooperativa de crèdit o en alguns comerços col·laboradors.

L'objectiu d'aquesta moneda és revitalitzar l'economia local i fomentar l'economia social i solidària, ja que els proveïdors han de complir un seguit de criteris ecosocials. Amb el sol-violette, molta gent consumeix més fàcilment béns i serveis de l'ESS, quan, si no, potser no s'hi hauria interessat espontàniament.

L'any 2017 utilitzaven regularment el sol-violette 2.369 persones, els anomenats solistes, i l'acceptaven 223 proveïdors autoritzats, que són empreses d'ESS d'alimentació, oci i cultura, transport i habitatge, sobretot. En aquell moment circulaven per Tolosa un total de 48.700 sols (1 sol = 1 €).

Els sol-violette funcionen amb targeta de crèdit, però també en format bitllets d'1, 2, 5, 10, 20 i 50 sols, on es reproduïxen imatges emblemàtiques de la ciutat i estan escrits en francès i en occità.

La moneda ha de circular per no perdre valor; si els sol-violette no es gasten, aleshores s'oxiden per raó d'un 3 % cada trimestre. També es poden convertir en euros, però aleshores es carrega una penalització del 5 % (100 sol-violette = 95 euros).

Per formar part del projecte, les empreses de Toulouse han de complir 9 dels 25 punts del document d'acord (*Dossier d'Agrément*), que han de firmar. Les preguntes incloses en el qüestionari es refereixen al seu vincle amb el territori, com també a la política de preus, laboral i ambiental que apliquen.

Cada euro que intercanvien per sols es diposita en una banca ètica.

Als comerciants, el sol-violette els ajuda a fidelitzar la clientela. Per al 2019, hi ha previst desenvolupar una aplicació de geolocalització i poder pagar a través d'una app de mòbil.

Agents implicats

L'Ajuntament de Toulouse, Mouvement Sol, Macif, Crèdit cooperatif, les fundacions GRDF i Vinci, l'associació d'aturats i el Crèdit Municipal.

Durada i recursos econòmics

El sol-violette va néixer el 2009, durant el Fòrum d'Economia Social i Solidària que va tenir lloc a Tolosa aquell any. Fou una decisió esperonada per l'Ajuntament, el qual va finançar el llançament i l'experimentació del projecte de maig a desembre del 2011. La moneda es va implantar primer en tres districtes de la ciutat (Grand Mirail, Rangueil i Downtown), i tot seguit es va estendre de manera gradual per tota la ciutat i després per la seva àrea metropolitana.

Aplicabilitat

Sembla perfectament aplicable a Catalunya, començant per Barcelona i altres municipis de la seva àrea metropolitana com ara Terrassa, Sabadell o Mataró, on l'ESS té ja una presència remarcable. L'aplicació d'un qüestionari similar al Dossier d'Agrément per formar part del mercat social català permetria que, a més de les entitats d'ESS, poguessin formar-ne part també les pimes mercantils responsables.

Web i contacte

<https://www.sol-violette.fr>

Place Tel Aviv, 3, 31100 Toulouse, França.

3. Mercat financer d'ESS

L'economia social i solidària té una necessitat evident de finançar-se. Les seves iniciatives provenen de dones i homes de les classes populars i, en conseqüència, hi poden aportar molt poc capital inicial i ben poques garanties patrimonials a l'hora de demanar un préstec. De fet, disposar del capital necessari per créixer sense que els inversors acabin controlant les entitats d'ESS és una de les cinc prioritats estratègiques per a aquesta dècada definides per l'Aliança Cooperativa Internacional (ACI).

A més de recórrer a la banca convencional per finançar-se —un recurs difícil i poc coherent amb la creació de mercat social—, les entitats d'ESS obtenen capital per via de finançament voluntari amb aportacions de capital social voluntari o participacions especials per part dels socis o de terceres persones, o mitjançant l'emissió d'obligacions i de títols participatius. Aquestes fórmules posseeixen el valor addicional de generar una base social a l'entorn de l'entitat. Però hi ha altres vies: els fons d'inversió col·lectiva en alguns grups cooperatius (vegeu el cas destacat 19), les subvencions públiques específiques adreçades a la creació i consolidació de cooperatives i societats laborals, les entitats dedicades a la inversió d'impacte —Creas, La Bolsa Social, Ship2B— i, naturalment, les finances ètiques i cooperatives.

Cas destacat 19: Els fons intercooperatius de la corporació Mondragón

Objectius i funcionament

Els fons intercooperatius permeten una distribució més homogènia i solidària dels guanys per dedicar-los a projectes individuals i col·lectius de les cooperatives de Mondragón i del seu entorn.

Aquests fons són tres: el Fons Central d'Intercooperació (FCI), el Fons d'Educació i Promoció Intercooperativa (FEPI) i el Fons de Solidaritat Corporatiu (FSC).

El Fons Central d'Intercooperació (FCI) finança projectes empresarials que, per la seva envergadura o risc, superen les possibilitats de les cooperatives o agrupacions implicades. El fons prové d'una aportació de 756 euros per cada persona sòcia treballadora i, addicionalment, les cooperatives fan una aportació anual equivalent al 10 % dels seus resultats.

El Fons d'Educació i Promoció Intercooperativa (FEPI) serveix per potenciar l'educació i la formació cooperativa i empresarial de les persones sòcies. Dona suport a la recerca, al desenvolupament tecnològic i als centres educatius de la corporació. Laboral Kutxa hi aporta el 50 % del seu Fons d'Educació i Promoció Cooperativa, i les altres cooperatives el 20 % del seu fons. El FEPI el gestiona la Fundación MCC.

El Fons de Solidaritat Corporatiu (FSC) serveix per completar les reconversions de resultats d'agrupacions i divisions del Grup Industrial de la corporació per fer front a contingències futures. La reconversió de resultats és la transferència de recursos des de les cooperatives del grup que es troben en millor situació econòmica cap a les que es troben pitjor. Es dota anualment del 2 % dels excedents

bruts positius de cada cooperativa. La destinació més important és la compensació de pèrdues. Amb el total dels seus recursos, l'FSC compensa el tancament de cada exercici fins al límit global del 50% de les pèrdues de cada cooperativa

Agents implicats

Totes les cooperatives del grup, els socis treballadors i les institucions de governança de la corporació.

Durada i recursos econòmics

Cada un d'aquests fons acostuma a disposar anualment d'uns 40 o 50 milions d'euros.

Aplicabilitat

Aparentment, qualsevol grup cooperatiu podria tenir fons intercooperatius d'aquesta mena. A la pràctica, però, sembla que ben pocs els tenen. El grup Ecos va aprovar el 2018 crear dos fons d'aquest tipus, un de solidaritat i un altre d'inversió cooperativa.

Web i contacte

<https://www.mondragon-corporation.com>

Adreça: Centro Corporativo de MONDRAGÓN, Pº Jose Mª Arizmendiarieta, 5, 20500 Mondragón

3.1. Més productes financers per a l'ESS

En aquests darrers vint anys, a Catalunya s'ha anat vertebrant un sistema de finances ètiques i cooperatives que comprèn des d'iniciatives de microfinançament ètic i social —plataformes digitals de finançament en forma de donació com Verkami o Goteo, o de préstec com Ecrowd!; el *matchfunding* impulsat per l'Ajuntament de Barcelona (vegeu el cas destacat 20 sobre Conjuntament); les comunitats autofinançades CAF, etc.)— fins a banques ètiques i cooperatives —Fiare Banca Ètica, Triodos Bank, Caixa d'Enginyers, Cajamar, Laboral Kutxa, etc.—, passant per serveis parabancaris com són Coop57, Acció Solidària contra l'Atur (ASCA), Gicop (grup d'inversors cooperatiu que té el suport de la Fundació Seira), les societats de garantia recíproca Avalis i Oinarri, etc.

Aquests instruments han experimentat un ràpid creixement sobretot arran de la crisi del 2008, que va comportar, d'una banda, que les entitats financeres convencionals tallessin en sec el poc crèdit que fins llavors concedien a les pimes i a les entitats d'ESS, i que, d'altra banda, moltes persones decidissin traspasar els seus estalvis cap a les finances ètiques pel desprestigi de les finances convencionals. L'increment de nous clients ha estat degut també a l'actitud contra el procés independentista mantinguda per les principals entitats financeres originades a Catalunya. Això no obstant, el creixement de les finances ètiques ve d'abans i, a més, és un fenomen generalitzat: la federació europea de la banca ètica (Febea) suma ja actius per valor de 30.500 milions d'euros i ha concedit préstecs per 18.000 milions.

Alguns exemples reflecteixen bé la capacitat assolida per les finances ètiques i cooperatives catalanes en aquests moments. El primer exemple és el finançament de la Borda, una cooperativa que ha construït 28 habitatges socials en cessió d'ús a Can Batlló

(Barcelona), l'edifici més alt construït en fusta de tot l'Estat espanyol. Calia la respectable quantitat de 2,7 milions d'euros i quasi tots es van aconseguir reunir amb una combinació entre aportacions de les persones usuàries, un préstec del Coop57 i l'emissió de títols participatius.

Un altre és que, de les noves operacions de deute concertades el 2017 per l'Ajuntament de Barcelona per un valor de 126 milions d'euros, tan sols 28 provenen d'un préstec del Banc Sabadell; la resta, gairebé 100 milions, procedeixen d'una combinació entre préstecs de la banca pública (el Banc Europeu d'Inversions, 40 milions), l'emissió de bons socials i verds en una operació feta amb la cooperativa de crèdit francesa Crédit Agricole (35 milions), Triodos Bank (15 milions) i Fiare Banca Ètica (7,5 milions).

Un tercer exemple de la capacitat de finançament assolida és l'increment de dipòsits i de crèdits experimentat per la cooperativa de serveis financers Coop57. L'any 2017, aquesta entitat va concedir més de 13 milions d'euros en nous préstecs, una xifra que representava un increment del 50% respecte de l'any anterior, per bé que encara el volum total d'aportacions de les entitats i persones sòcies seguia sent superior al de préstecs concedits. L'increment del volum gestionat per aquestes entitats és un indicador que l'economia social i solidària creix i, alhora, una eina que fa possible aquest creixement.

Perquè ens fem una idea dels productes financers que dispensen avui les finances ètiques, pensem que Fiare ofereix els serveis propis de la banca minorista (domiciliacions, transferències, traspassos, comptes corrents, targetes de crèdit, de dèbit, de prepagament...), permet fer dipòsits d'estalvi a quatre o cinc anys a un tipus d'interès fix que, si es vol, es pot donar a una entitat d'ESS o a projectes de cooperació amb comunitats del Sud, i concedeix diversos tipus de préstec per finançar locals, maquinària, etc.

Per posar un segon cas rellevant, Coop57 ofereix préstecs d'habitatge i per a locals d'entitats, préstecs d'inversió a curt i llarg termini (de 8 mesos a 10 anys), avançament de subvencions i convenis, endossament de factures, pòlisses de crèdit, préstecs participatius i gestió de títols participatius.

Coop57, Fiare Banca Ètica, Caixa d'Enginyers i ASCA tenen subscrits convenis amb ajuntaments per dur a terme programes d'ajuda a la capitalització de cooperatives o la creació de fons d'aval, com per exemple el fons d'aval al Prat de Llobregat amb Coop57 i la Fundació Seira, o els convenis signats per l'Ajuntament de Barcelona amb Coop57 i Fiare per finançar nous projectes d'ESS a la ciutat, amb l'obertura de dues línies de crèdit d'un milió d'euros cada una per part de Coop57 i Fiare, així com la creació d'un fons de crèdit municipal de 200.000 euros per compartir i cobrir els casos de més risc.

Així doncs, l'accés al crèdit, així en genèric, no sembla que sigui el principal problema de finançament que arrossega l'ESS. Avui els punts febles són, més aviat, la falta de determinats productes crediticis com ara el capital pacient i el capital risc, així com la poca capitalització de les entitats. Aquestes necessiten augmentar els fons propis perquè finançar-se només a través d'endeutament no genera balanços comptables sòlids ni permet cobrir necessitats de finançament elevades.

Per enfortir financerament les entitats, seria bo que l'ESS comptés amb productes de capital com els que disposen al Quebec, Itàlia i França.

Al Quebec, el 2006, Le Chantier de l'Économie Sociale va impulsar un producte de capital pacient que s'ha revelat fonamental per desenvolupar l'ESS. Es tracta de préstecs a quinze anys sense garantia destinats a afrontar millores en l'empresa o a comprar immobles. El capital es retorna al venciment i només s'abonen mensualment els interessos, sempre per sota dels interessos de mercat. En tots dos casos, la inversió pot suposar fins al 35 % del total i, per tant, s'ha de complementar. En aquest fons participen actors molt diversos: Le Chantier, els sindicats, la banca cooperativa i l'Administració, la qual va aportar inicialment 30 milions de dòlars.

Una de les causes que ajuden a explicar la fortalesa de l'ESS a Itàlia és l'existència dels fons mutuels per a la promoció i el desenvolupament de les cooperatives, establerts en l'article 11 de la llei 59 de 31.01.92 de cooperatives. Aquesta llei obliga les cooperatives a dipositar el 3 % dels seus beneficis anuals, així com els actius romanents quan entren en procés de liquidació, a un fons de promoció cooperativa gestionat per les federacions o, en el seu defecte, pel Ministeri d'Economia. Gràcies a aquest mecanisme i per posar un exemple, Coopfond, el fons administrat per les federacions de cooperatives Legacoop, ha invertit 673 milions d'euros en més de 800 projectes i ha creat uns 28.000 llocs de treball. El 55 % de la inversió eren aportacions a llarg termini, d'entre cinc i deu anys com a mínim, a tipus baixos, és a dir, un producte de capital pacient.

Pel que fa a França, després d'un llarg camí legislatiu, el 2010 la llei va obligar les empreses amb plans de pensions voluntaris per als seus treballadors que incloguessin almenys una opció de Fons 90/10, això és, invertir entre el 5 % i el 10 % d'aquests diners en iniciatives d'ESS. D'ençà de l'entrada en vigor d'aquesta mesura, l'ESS francesa disposa d'una gran quantitat de recursos financers. L'any 2015 els actius gestionats per aquest fons pujaven a 6.067 milions d'euros.

Així mateix, la Generalitat podria millorar les línies de finançament a l'ESS. Del 2008 al 2016, l'Institut Català de Finances va tenir activa Sicoop, una societat de capital risc que invertia en creixement i generació de noves entitats; convindria recuperar-la. També necessitem una banca pública catalana i que una de les seves línies d'activitat sigui finançar l'ESS, especialment aquells projectes d'elevat interès social però d'alt risc. Per últim, val la pena aprofundir en vies mixtes de finançament: Generalitat i/o Ajuntament junt amb microfinançament col·lectiu, Generalitat i/o Ajuntament amb entitat de finances ètiques, o similars, com ja ho estan assajant alguns ajuntaments i com ho mostrem al següent cas destacat.

Cas destacat 20: Conjuntament**Objectius i funcionament**

Conjuntament és un programa per donar suport a 24 projectes de desenvolupament econòmic de proximitat en els àmbits socials, educatius, agroecològics, de consum, intercanvi i cooperatius als barris de Barcelona.

És una campanya de finançament que combina el microfinançament col·lectiu (*crowdfunding*) amb la subvenció de l'Ajuntament de Barcelona. Concretament, per cada euro que la ciutadania doni a un projecte, l'Ajuntament n'aporta un més, amb un màxim de 4.000 euros per projecte.

A la convocatòria de finals del 2017 es van presentar 66 projectes en les dues modalitats previstes: empenedoria social de proximitat i economies comunitàries i col·laboratives procomú. D'aquests 66, se'n van triar 24, i al mes de març del 2018 es va obrir la campanya de microfinançament a través de Goteo. A l'octubre ja havia acabat la campanya i s'havien recollit 135.336 euros de la ciutadania, més del necessari (96.000 euros). Pel que fa als projectes, dels 24 presentats 22 havien cobert el seu objectiu de finançament.

A més de recursos econòmics, els projectes triats reben assessorament personalitzat i l'oportunitat de participar en un taller per elaborar el pla de comunicació.

Agents implicats

L'Ajuntament de Barcelona, per mitjà de Barcelona Activa, i la Fundació Goteo.

Durada i recursos econòmics

En total, 22 iniciatives empenedores van ser finançades amb 192.000 euros en un procés que va durar des de la sortida de la convocatòria el novembre del 2017 fins a l'acabament del *crowdfunding* a l'octubre del 2018.

Aplicabilitat

Es tracta d'un sistema de finançament àgil, participatiu i transparent, que sembla perfectament aplicable per qualsevol municipi.

Web i contacte

Comissionat d'Economia Social i Solidària de l'Ajuntament de Barcelona

<https://ajuntament.barcelona.cat>

3.2. Inversió orientada a promoure el mercat social

Totes les inversions que han portat a terme les finances ètiques en iniciatives d'ESS ajuden genèricament a construir el mercat social català. Però també és veritat que, si es disposés d'una estratègia més orientada a construir-lo, una estratègia compartida pel conjunt del moviment d'economia social i solidària, incloent-hi naturalment les entitats de finances ètiques, llavors es podrien prioritzar unes línies d'inversió respecte a unes altres i, fins i tot, ajustar més els productes financers a l'estratègia traçada.

Per exemple, Coop57 té, des de fa uns anys, un tipus de préstec anomenat préstec d'intercooperació. Els préstecs d'intercooperació financen operacions de compravenda de serveis i/o productes entre entitats sòcies de Coop57, a uns tipus d'interès inferiors a la resta. Aquest és, clarament, un producte encarat a construir mercat social, que podrien

proporcionar també altres entitats del sector i susceptible d'ampliar-se a operacions d'arrendada de projectes conjunts —cooperatives de segon grau, UTE, etc.—, i en aquells casos en què tan sols una de les dues entitats d'ESS és sòcia de l'entitat financera.

En aquesta línia es podrien concebre altres productes financers dirigits específicament a la construcció del mercat social. Un podria ser el préstec al consum intern de les persones sòcies i clientes sempre que fossin béns o serveis de consum responsable comprats a entitats de l'ESS. Un altre podria ser el préstec preferencial per iniciar una nova activitat que cobreix un buit en una cadena de valor d'ESS. Un tercer tipus seria tot el que tingués a veure amb promoure la moneda del mercat social; per exemple, imaginem-nos que les finances ètiques incentivessin els seus clients a cobrar tant els préstecs com els interessos a les aportacions, parcialment o totalment, amb aquella moneda. Totes aquestes noves modalitats es podrien plantejar des de les finances ètiques, i no únicament; també els fons participats per administracions les podrien oferir.

4. Mercat de treball

4.1. La creació d'ocupació

El mercat de treball és aquell mercat on, des d'una perspectiva convencional, els treballadors ofereixen la seva mà d'obra i els empresaris la utilitzen en un procés productiu controlat per ells. Per un costat, es genera renda en forma de salari, per l'altre beneficis empresarials, i en tercer lloc, béns i serveis.

L'enfocament neoliberal sobre el mercat laboral en un context de globalització econòmica és molt clar: els costos laborals es perceben com a obstacle per a la rendibilitat de les empreses, de manera que, per atraure inversions, cal oferir el màxim benefici, sovint a canvi de empitjorar les condicions laborals —si no, els capitals poden anar a altres països amb costos laborals més baixos—. A més, es concep el lloc de treball de manera competitiva i enfocada exclusivament a la productivitat, la qual cosa pressiona les persones treballadores, especialment tenint en compte que sobre l'imaginari col·lectiu s'ha instal·lat el relat de «si tu no vols aquesta feina, al darrere n'hi ha deu que sí que la voldran». A aquesta pressió s'hi pot sumar l'alienació respecte de l'empresa per la qual es treballa, a causa de la incapacitat per controlar i decidir el seu futur.

Des d'una estratègia de construcció de mercat social, l'ESS ha de subvertir aquestes dinàmiques del mercat de treball.

Naturalment, un dels reptes més grans per a l'ESS és crear ocupació, perquè la seva capacitat d'oferir llocs de treball en comparació del mercat laboral convencional encara és modesta. Segons la Confederació Empresarial Espanyola d'Economia Social, a escala estatal, l'economia social⁵⁷ està formada per 42.929 organitzacions i la seva activitat econòmica representa el 10 % del PIB espanyol i el 12,5 % de l'ocupació. A Catalunya trobem aquestes dues grans xifres orientatives:

- Tercer sector social: 6.800 entitats, amb una facturació del 2,8 % del PIB català i 102.000 llocs de treball.
- Cooperativisme: 4.212 cooperatives, amb una facturació del 3 % del PIB català i 41.323 llocs de treball.⁵⁸

57. Com que parlem d'economia social tal com està definida en l'article 5 de la llei estatal 5/2011, s'hi inclouen totes les formes jurídiques considerades no lucratives (fundacions i associacions), de lucre limitat (cooperatives, mutualitats, confraries de pescadors) i/o empreses d'inserció i centres especials de treball.

58. FERNÁNDEZ, A., MIRÓ, I. (2016): *L'economia social i solidària a Barcelona*. La Ciutat Invisible, SCCL, Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària, Ajuntament de Barcelona. Gener, 2016.

Aquestes xifres denoten que el mercat laboral de l'ESS és encara molt modest. Sens dubte, una estratègia de construcció de mercat social ha de posar al centre la creació de molts més llocs de treball. De fet, sent rigorosos, no podem dir que existeixi un mercat de treball propi de l'ESS, perquè no hi ha una quantitat significativa de treballadores i treballadors que circulin durant la seva vida laboral per diferents llocs de treball en entitats de l'àmbit. O dit d'una altra manera: hi haurà mercat de treball de l'ESS el dia que les persones que avui treballen en una de les seves entitats en marxïn per la raó que sigui o la seva entitat plegui, i que busquin com a primera opció una nova feina en una altra entitat de l'ESS.

És veritat que, avui, l'ESS ja mostra una certa capacitat d'atreure com a treballadores un perfil determinat de persones, l'home i la dona blanques, qualificades, inquietes socialment o culturalment, acostumades a treballar en equip, a tenir iniciativa i a prendre decisions col·lectives... I possiblement també, moltes d'aquestes persones, després d'haver treballat en entitats d'ESS on han viscut intensament l'autogestió i el compromís social, evitaran tant com puguin treballar més endavant en una empresa convencional. Però aquest és un perfil molt minoritari; si l'ESS aspira a ser una economia majoritària necessita atreure altres sectors socials. Aquesta voluntat d'obertura l'han de manifestar les entitats de l'àmbit, discriminant positivament en els seus processos de selecció persones migrants, persones procedents d'empreses d'inserció, dones en ocupacions i càrrecs masculinitzats, homes en ocupacions feminitzades... Però, a més d'això, perquè existeixi un mercat laboral de l'ESS que mereixi aquest nom, caldrà anar creant col·lectivament altres condicions.

La primera, i més important, és el creixement del nombre d'entitats d'ESS en cada sector per tal que els professionals tinguin la possibilitat d'escollir entre les ofertes laborals de diferents empreses del ram.

La segona condició és que l'ESS es doti d'eines d'intermediació laboral pròpies. La més important de totes seria una borsa de treball que facilités la trobada entre demandants d'ocupació per treballar en entitats d'ESS i entitats d'ESS oferents d'ocupació. La creació de programes d'acollida d'estudiants en pràctiques seria un altre instrument.

La tercera és augmentar el coneixement social de l'ESS i l'educació en els seus valors i competències, sobretot entre la infància i la joventut, ja que seran els treballadors del futur. Aquests últims anys, s'han multiplicat els programes i els recursos educatius en cooperativisme, en particular, i en economia social i solidària en general. Per exemple, l'Ajuntament de Manlleu ha organitzat tallers de sensibilització als alumnes dels centres de secundària de la ciutat per apropar-los a l'ESS. A més, ha inclòs en el Catàleg d'activitats educatives de Manlleu un programa educatiu en ESS per a educació infantil, primària, ESO, batxillerat i cicles formatius. Aquest programa es va dur a terme de manera participativa entre docents i responsables dels centres educatius de la ciutat, tècnics municipals de l'Àrea de Serveis a les Persones i Promoció Econòmica (ASPPE) i experts de Suara, la cooperativa que va elaborar la proposta sobre les competències susceptibles de ser assolides en ESS en cada edat.

Però probablement l'instrument pedagògic més efectiu per impregnar infants i joves en els principis i valors cooperatius i de l'ESS seran les cooperatives d'alumnes o alguna altra modalitat similar.

El programa Cultura emprendedora a l'escola (CuEmE) és un d'ells. Impulsat per la Diputació de Barcelona, i amb el suport dels serveis de promoció econòmica i educació municipals que actuen com a dinamitzadors i coordinadors, CuEmE fomenta l'esperit emprendedor i les competències bàsiques en el cycle superior d'educació primària, per mitjà de la creació i la gestió d'una cooperativa escolar durant un any a càrrec de l'alumnat.

Les cooperatives escolars o d'alumnes són associacions d'alumnes que s'agrupen de manera voluntària amb una finalitat educativa per desenvolupar una activitat econòmica seguint els valors i principis cooperatius, sovint amb el suport del professorat. Avui dia, a Catalunya hi ha una seixantena llarga de cooperatives escolars, que agrupen més de 1.500 nois i noies de centres de primària i secundària i que el 2016 es van constituir en la Federació de Cooperatives d'Alumnes. Algunes existeixen tan sols durant un curs, com les generades pel projecte CuEmE, d'altres perduren i barregen alumnes de cursos diferents. De permanents, en destaquem la Cooperativa Lluís Companys, de l'escola olotina, també cooperativa, El Petit Plançó, creada l'any 1984 com també la cooperativa Els Pinetons, que associa més de dos-cents alumnes de cinquè i de sisè de primària, i l'Escola Sant Gervasi, també cooperativa, radicada a Mollet del Vallès.

Una altra modalitat de simulació cooperativa, en aquest cas per a joves, són les cooperatives juvenils de serveis que estan començant a experimentar els ajuntaments de Sabadell i Barcelona, inspirades en les CJS (coopérative jeunesse de service) del Quebec. Es tracta d'agrupacions d'estudiants de secundària que, amb el suport d'un professional dinamitzador, treballen de manera cooperativa en feines comunitàries als mesos d'estiu. Es calcula que n'hi ha unes 150 i que hi participen uns dos mil adolescents.

La quarta condició és que les entitats de l'ESS i l'administració dediquin més recursos a la formació contínua de les persones que ja treballen en l'ESS, no sols per millorar la viabilitat de les entitats, sinó també l'ocupabilitat futura d'aquestes persones.

Finalment, la cinquena consisteix a millorar la qualitat del treball a l'ESS i a construir i difondre un relat que comuniqui a la societat els avantatges de treballar en una entitat d'ESS. Però d'aquesta cinquena condició en parlarem amb més extensió en l'apartat següent.

Globalment, l'experiència més rica que coneixem de generació d'un mercat de treball propi, vinculada al cooperativisme i l'ESS, és l'efectuada per la corporació Mondragón, amb una estratègia que combina un gran mercat laboral cooperatiu i un dispositiu de formació permanent que té la Universitat de Mondragón.

Cas destacat 21: El mercat laboral de la corporació Mondragón

Objectius i funcionament

Una de les entitats de la corporació és la Universitat de Mondragón, que està formada per tres facultats: l'Escola Politècnica Superior, la Facultat de Ciències Empresarials i la Facultat d'Humanitats i Ciències de l'Educació. Aquesta combinació entre un potent grup cooperatiu i una universitat genera un ampli mercat de treball al voltant de les cooperatives del grup.

De fet, abans de la creació de la primera cooperativa del grup l'any 1956 (Ulgor, que després esdevindria la famosa Fagor Electrodomésticos), ja s'havia creat l'embrió de la universitat: l'Escola Politècnica Arizmendiarieta, l'any 1943, amb l'objectiu de formar joves per generar ocupació. Són cinc alumnes d'aquesta escola els que funden la cooperativa Ulgor. La Universitat de Mondragón preserva encara aquesta orientació cap a la creació d'ocupació, enfocada a la realitat empresarial i a la població de la comarca on s'ubica, l'Alt Deba.

L'estratègia de creació d'ocupació i la seva perdurabilitat es basa en tres grans eixos:

- L'estreta vinculació entre els estudis cursats a la universitat i les necessitats laborals de les diferents empreses de la corporació. Hi ha cooperatives dins del grup que faciliten aquesta connexió: Alecop està enfocada específicament a la formació en alternança, és a dir, a facilitar la combinació dels estudis amb l'experiència laboral en les empreses del grup.
- El repartiment del treball en la corporació: la intercooperació entre empreses del mateix grup, que permet la reubicació de personal entre cooperatives. Lagun Aro, com a cooperativa de previsió social del grup empresarial, ha facilitat les reubicacions. La darrera intervenció d'aquest tipus va ser precisament amb el tancament de Fagor Electrodomésticos, l'empresa insígnia del grup. Fins a 1.800 socis treballadors van ser reubicats en altres cooperatives del grup.
- La creació de noves entitats: la corporació compta amb el Centre de Promoció, una plataforma per promoure noves activitats empresarials i impulsar línies de negoci també noves en les cooperatives existents, amb un equip especialitzat a fer estudis de mercat, modelitzar noves propostes de valor, etc.

Agents implicats

L'agent al voltant del qual bascula aquest mercat de treball és la corporació Mondragón i totes les seves branques. Els principals agents són:

- La Universitat de Mondragón
- La cooperativa Alecop
- El Centre de Promoció
- La cooperativa de previsió social Lagun Aro
- Les 266 empreses que conformen la corporació (80.000 llocs de treball)

És interessant destacar el model de govern de la universitat com a reflex dels diferents agents implicats. La universitat és una cooperativa d'ensenyament que associa tres tipus de socis: usuaris (alumnes), treballadors (personal docent i no docent) i col·laboradors (cooperatives i entitats de la comarca). En la composició de l'assemblea general de la universitat i del consell rector, cada tipologia de soci està representada amb el mateix pes: 33,3% cada una.

Durada i recursos econòmics

Com s'explica més amunt, la corporació té uns ingressos de 12.000 milions d'euros i una plantilla de més de 80.000 persones treballadores. Està formada per 266 empreses (98 cooperatives i la resta empreses que hi pertanyen), i té integrada una mutualitat de previsió social (Lagun Aro) i una caixa d'estalvis (Laboral Kutxa). Sense aquesta escala no s'haurien pogut generar els mecanismes de creació i repartiment de treball dins de l'ecosistema.

Aplicabilitat

Seria molt difícil crear un «nou Mondragón» avui dia. En una escala més reduïda i amb una estructura més laxa, si arriba a existir un mercat social català i s'ha consolidat, en aquest context és concebible que es puguin obrir centres educatius vinculats a les necessitats laborals d'aquell mercat; que s'ajudi, també financerament, a generar noves entitats d'ESS i, fins i tot, que s'intenti reubicar les persones d'entitats del mercat que es queden sense feina en altres entitats.

Web i contacte

Web: <https://www.mondragon.edu>; <https://www.mondragon-corporation.com>

a/e: info@mondragon.edu; info@mondragoncorporation.com

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

Twitter: <https://twitter.com/munibertsitatea>; <https://twitter.com/esMONDRAGON>

Telèfon: 943 712 185; 943 779 300

Adreça: Mondragon Unibertsitatea, Loramendi, 4. Apartado 23, 20500 Arrasate - Mondragón

Centro Corporativo MONDRAGÓN, Pº Jose Mª Arizmendiarieta, 5, 20500 Mondragón

4.2. La qualitat del treball a l'ESS

Per a l'ESS resulta fonamental que els treballadors i les treballadores s'apoderin als seus llocs de treball i que els seus drets laborals no se circumscriuin només a la legislació vigent. En un moment que, a més, la desregulació precaritza les condicions laborals i els llocs de treball, cal anar més enllà.

Les organitzacions de l'ESS demostren que hi ha maneres de «guanyar-se la vida» diferents, unes possibilitats que permeten conciliar la vida laboral amb la personal, que assegurin l'estabilitat laboral a base de pràctiques de repartiment del treball; que creen entorns humans on donar-se suport, sentir-se acompanyada i afrontar els conflictes amb democràcia i cuidant les persones; que donen autonomia als treballadors i les treballadores perquè se sentin realitzades a la feina.

La principal eina per avaluar la qualitat laboral a les entitats de l'ESS és el balanç social de la XES, que avalua la posada en pràctica d'un seguit de mesures en el si de les organitzacions, a més de recollir valoracions directes de les persones treballadores.

Amb dades del 2018, el qüestionari laboral del balanç social de la XES el van respondre 1.416 persones treballadores, un 23 % del total representat, les quals havien d'avaluar vint aspectes de les seves entitats puntuant-los de l'1 al 10. Tot seguit s'ofereixen els aspectes més ben valorats i els que menys, amb les puntuacions mitjanes respectives.

- Els més valorats:
 - El grau de compliment en el pagament de les nòmines: 9,22.
 - El grau d'autonomia per organitzar-se la feina: 8,60.
 - El grau de suport dels companys i companyes a la feina: 8,42.
 - El clima laboral: 8,39.
 - La satisfacció per la feina realitzada: 8,33.

- Els menys valorats:
 - El sou: 6,19.
 - El grau d'adequació de la feina a la jornada laboral: 6,81.
 - Les condicions físiques de l'entorn laboral: 6,85.
 - La possibilitat de concentració en l'entorn directe: 7,05.

S'observa, doncs, que les puntuacions més baixes estan més a prop del 7 (notable) que del 5 (aprovat just), la qual cosa indica que els nivells de qualitat laboral mitjans són molt alts. De fet, la mitjana de tots els indicadors és de 7,63. Dels quatre aspectes més ben valorats, tres tenen a veure amb aspectes motivacionals vinculats al suport mutu, l'autonomia i la realització personal pel fet de pertànyer a un col·lectiu. Això diu molt del sentit cooperatiu de les organitzacions d'ESS en les seves diverses formes i de la satisfacció que proporciona treballar-hi.

De tota manera, assolir i mantenir aquests estàndards laborals està sotmès a dos grans condicionants: el mercat capitalista i la poca capitalització de les entitats.

Ara com ara, el gruix de l'ESS necessita vendre els seus béns i serveis al mercat capitalista, de manera que existeix una tensió permanent entre l'organització cooperativa i el medi competitiu. En un mercat social, aquesta tensió minvaria, ja que la competència no seria la principal mitjancera en les relacions entre els agents econòmics.

Així mateix, les organitzacions de l'ESS no són empreses que comencin a caminar amb una gran quantitat de recursos, més aviat al contrari: són experiències d'economia popular, és a dir, iniciatives d'autoocupació per part de ciutadania sense gaires diners. Aquest punt de partida fa que sigui difícil assolir determinats nivells salarials i que es tendeixi a la sobrecàrrega de treball, generalment suportada per la vocació militant dels projectes. Però convé que aquest plus activista no cronifiqui unes condicions laborals precàries, de la mateixa manera que les bones condicions laborals no acomodin les persones i les facin perdre la dimensió activista.

5. Estructures i mecanismes ecosistèmics

Tal com s'esmenta al començament de la guia, un dels principals inconvenients del mercat com a mediador de l'activitat econòmica és que la manca de regulació i la suposada «llibertat de mercat» tendeix a crear grans asimetries de poder i de riquesa, que es manifesta en les contradiccions i tensions empresari-assalariat, venedor-consumidor, gran empresa-pimes, lobbies empresarials-administració pública, etc.

Per tant, el mercat social català necessitarà uns mecanismes reguladors clars, definits per una governança democràtica i transparent, que ho evitin o redueixin a la mínima expressió. Aquests òrgans de govern, a més, hauran d'arbitrar les tensions que afloraran, així com promoure i escalar projectes clau, i reduir les desigualtats que inevitablement el mercat social, per molt social que sigui, generarà.

També en aquest cas, i molt especialment, es fa difícil trobar referents per emmirallar-se, de manera que és un camp per explorar ajudant-nos de les experiències pioneres. En conseqüència, ara com ara tan sols aventurem un esbós molt general del que podrien ser els òrgans de govern, les eines que operativitzarien els principis del mercat social, el cens/directori d'iniciatives d'ESS, els mecanismes de transparència i avaluació, i els espais de creació de coneixement.

5.1. Òrgans de govern

Podem entendre els òrgans de govern com els espais de decisió, gestió i tutela compartits entre els diferents agents que participen en el mercat social, en diferents graus i mesures. Els dos agents principals que, al nostre entendre, han de governar el mercat social català són les entitats de l'ESS i properes, d'una banda, i les persones consumidores, de l'altra, si bé fora preferible sumar-hi més agents. El paper d'aquests òrgans seria fomentar el creixement del mercat social i vetllar perquè funcioni d'acord amb els seus principis. Tot seguit aprofundirem en la composició i el funcionament.

Entre els agents socials que compleixen —o haurien de complir— un paper en la definició del marc regulador del mercat capitalista, hi ha tres grups: les organitzacions empresarials —el grup més poderós—, els sindicats i, encara amb molta menys notorietat i presència, les organitzacions de consumidors. L'administració pública, en aquest cas, fa d'àrbitre per a la negociació col·lectiva i la resolució de conflictes entre uns i altres. En tot cas, els aspectes que aborden els qui s'anomenen «agents socials» se circumscriuen a

la negociació col·lectiva (en la relació patronals-sindicats) i a la definició de qualitat i seguretat dels productes i les garanties dels consumidors (en la relació patronals-consumidors).

Des d'una perspectiva de mercat social i considerant els quatre principis que els seus òrgans de govern han de garantir (vegeu l'apartat 1.4), el marc s'eixampla considerablement en comparació al mercat capitalista. Per un cantó, s'amplia l'abast de les temàtiques i qüestions que els òrgans del mercat social han de regular. És a dir, la negociació entre els agents socials ja no se cenyeix a la definició de les condicions laborals i els drets dels consumidors —fins ara, a més, entesos de manera molt limitada—, sinó que a aquesta negociació se li atorga la capacitat de definir, per exemple, quina producció és socialment útil, la manera com es poden articular cadenes de valor o els mecanismes redistributius que s'han d'aplicar.

Però, per l'altre cantó, també s'eixampla la representativitat i, en conseqüència, la participació en la definició de les necessitats col·lectives de les persones i entitats que participen en el mercat social. Hem apuntat de manera genèrica la necessitat d'implicar en el seu govern dos grans agents, persones consumidores i entitats oferents, i ara afegim que fora bo sumar-hi els altres moviments socials emancipadors —feminista, ecologista, veïnal, sindicalisme combatiu, etc.—. Ara bé, la translació que tingui aquest plantejament genèric en un territori determinat dependrà molt de cada context. Un factor determinant és l'escala territorial, i en el context català se'ns dibuixen, d'entrada, dues escales per articular el mercat social: la local i la nacional.

Per nosaltres, l'òrgan de govern del mercat social a escala local hauria d'integrar totes les entitats de l'ESS i properes radicades en aquest territori que compleixin els principis del mercat social, a més d'associacions i persones individuals interessades a consumir-hi i impulsar-lo. Aquest òrgan el podríem anomenar taula local del mercat social. Probablement, a la majoria de llocs, l'àmbit territorial d'aquesta taula serà el municipi, però en alguns casos ens podem trobar que els agents del territori prefereixin constituir-la en un àmbit comarcal o supracomarcal. De fet, un dels agents que, ara com ara, està complint un paper de dinamització i promoció de l'ESS, com són els ateneus cooperatius (vegeu el cas destacat 22), actua comarcalment o supracomarcalment, segons cada ateneu.

Pujant a l'escala nacional, l'òrgan de govern del mercat social català podria ser una taula nacional formada per tres tipus de representants. En primer lloc, per representants de cada taula local (o comarcal o supracomarcal, quan escaigui). En segon lloc, per representants dels moviments feminista, ecologista, sindical i veïnal, els quals ajudarien a ampliar la mirada en favor de l'interès general i l'enfocament cap a les necessitats col·lectives. I, en tercer lloc, per representants de cada una de les entitats representatives de l'ESS, avui agrupades a l'Associació Economia Social Catalunya, promotores del mercat social.⁵⁹ Aquesta organització de quart nivell està formada per la Xarxa d'Economia Solidària, la Confederació de Cooperatives de Catalunya, la Taula del Tercer Sector, la Confederació Empresarial del Tercer Sector i la Federació de Mutualitats de Catalunya.

59. <https://bit.ly/2Jir00P>.

La representació territorial d'aquestes diferents federacions és desigual; actualment només la XES compta amb una expressió territorial pròpia, que són les esmentades xarxes locals d'ESS. Així mateix, si en un futur es constituís alguna o algunes entitats de segon grau de consum responsable, també seria natural que pertanyessin a la taula nacional com a representants de la part consumidora.

Més enllà d'aquests actors i d'aquesta governança distribuïda i participativa, fora bo que les administracions —en especial la Direcció General d'Economia Social, el Tercer Sector, les Cooperatives i l'Autoempresa de la Generalitat de Catalunya⁶⁰ com també la Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària, XMESS—,⁶¹ fessin de facilitadores i promotores del mercat social català.

Cas destacat 22: La Xarxa d'Ateneus Cooperatius del programa Aracoop

Objectius i funcionament

El programa Ateneus Cooperatius de la Direcció General d'Economia Social, Tercer Sector i Cooperatives de la Generalitat de Catalunya planteja la creació d'espais de referència territorials per al foment de l'economia social, des d'on acompanyar la creació de noves cooperatives i empreses socials, com també assessorar i millorar les existents. Més en concret, els seus objectius són:

- Esdevenir un espai de referència de l'economia social al territori
- Visibilitzar l'economia social i cooperativa
- Fomentar la creació de noves empreses de l'economia social
- Generar riquesa i ocupació de qualitat als territoris

Allò més destacable en termes de cogestió és que aquests ateneus estan gestionats per grups d'entitats de l'ESS —en molts casos, compten també amb consells comarcals i ajuntaments—, de manera que, tot i ser un programa de la Generalitat, el gestionen els agents locals de manera descentralitzada.

Agents implicats

Aquest programa l'impulsa la Direcció General d'Economia Social, Tercer Sector i Cooperatives de la Generalitat de Catalunya, i fins avui ha originat 14 ateneus cooperatius: Alt Pirineu i Aran, Coòpolis Barcelona, Barcelonès Nord, Baix Llobregat, CoopCamp-Tarragona, Catalunya Central, La Col·lectiva-Hospitalet, Maresme, Coopsetània-Penedès-Garraf, Ponent-Coopera-Lleida, Terres Gironines, Terres de l'Ebre, Vallès Occidental i Vallès Oriental.

La gestió directa d'aquests ateneus implica més de 120 entitats i administracions locals.

Durada i recursos econòmics

Aquest programa es du a terme des del 2016 i cada any ha disposat de 3.300.000 euros.

Aplicabilitat

Els ateneus cooperatius poden ser un suport interessant per a moltes administracions locals a fi de promoure la construcció de mercat social. Ja hi ha molts municipis que treballen de manera coordinada amb els ateneus cooperatius del seu territori, especialment en dues grans línies d'acció:

60. <https://bit.ly/2DOS6V3>.

61. <https://xmess.cat>.

- Fer visible l'ESS del territori: una de les actuacions més habituals són les fires d'economia social i solidària (explicades a la pàgina 37).
- Punts d'assessorament i acompanyament a l'emprenedoria col·lectiva: la combinació de la cartera de serveis dels ateneus amb les funcions de promoció econòmica dels ajuntaments està generant serveis conjunts d'acompanyament a la creació d'empreses.

Aquests dos elements —visibilització de l'oferta per part dels consumidors i creació de noves empreses— són fonamentals per anar construint les bases territorials del mercat social. Així mateix, si els ateneus es convertissin en l'equivalent de les Chambres de l'ESS franceses, seria interessant que incorporessin més funcions «ecosistèmiques», per exemple la promoció i cerca d'oportunitats econòmiques al territori, la formació, la recerca i el desenvolupament, i també que s'adaptessin en termes de representativitat i distribució territorial.

Web i contacte

Web: <http://aracoop.coop/ateneus-cooperatius>

a/e: cooperativa.treball@gencat.cat

Twitter: <https://twitter.com/AteneusCoopCat>

Telèfon: 93 332 36 82

Adreça: C/ Premià, 15 2a planta, 08014 Barcelona

Quedaria per definir la distribució de funcions entre les taules locals i la taula nacional, que s'hauria de fer partint del principi de subsidiarietat, així com la composició i els pesos, en termes de poder de decisió, de les parts implicades, la productora, la consumidora i, eventualment, altres actors.

Les experiències que s'acosten a la proposta que estem esbossant les trobem, per un cantó, en el món francòfon, especialment en les Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire a França (vegeu el cas destacat 23) i, per l'altre, d'una manera molt més nítida, en els mercats socials que s'estan desenvolupant a l'Aragó, Madrid i altres comunitats de l'Estat, cadascun amb la seva pròpia fórmula organitzativa. A l'Aragó, el mercat social és una cooperativa de serveis integrada per una cinquantena d'entitats de l'ESS aragonesa. Però és Madrid, probablement, la comunitat de l'Estat on el mercat social es troba més avançat. El mercat social madrileny s'organitza en l'entorn d'una cooperativa integral, anomenada Mercado Social, formada per entitats productores, consumidors i col·lectius socials. Al final del 2018, en formaven part unes 130 entitats, sobretot oferents de serveis a les empreses, i uns quants centenars de consumidores. El consell rector de la cooperativa està constituït per sis empreses sòcies proveïdores i quatre persones sòcies de consum, a més de tres entitats col·laboradores (REAS Madrid, Economistes sense Fronteres i la FUHEM). Cada membre té una tasca assignada. La cooperativa compta, a més, amb un servei d'atenció al consumidor i al proveïdor; una figura comercial amb l'objectiu d'anar incorporant noves entitats al mercat social en aquells sectors on no hi ha oferta suficient, i un pla estratègic de màrqueting per assolir aquelles fites. Mercado Social de Madrid s'ha fixat com a objectiu per al 2020 associar 500 productors i 10.000 consumidors, i aconseguir que el 80 % del seu consum provingui de l'ESS, com també que entre el 10 i el 20 % de la facturació de les entitats tingui lloc dintre del mercat social madrileny.

Val a dir que, ara com ara, aquestes experiències estan lluny de configurar circuits amplis de béns i serveis de l'ESS que puguin satisfer la majoria de les necessitats dels agents i, per tant, no se'ls pot considerar mercats socials del tot, sinó més aviat embrions o protomercats socials en procés d'acumular massa crítica i de perfilar millor els principis i les eines de funcionament. De fet, entre els seus objectius hi ha el creixement significatiu del nombre d'empreses sòcies proveïdores i de consum; la consolidació del sistema de certificació i balanç social, i la millora dels sistemes de comercialització i visibilització —fires, moneda social i eines de comunicació—. Això les converteix en experiències pioneres clau, en valuosos referents per aprendre dels encerts i dels errors amb vista a la construcció del mercat social català.

Cas destacat 23: Les Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire

Objectius i funcionament

Les Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire (CRESS) són marcs d'organització territorial de l'ESS que tenen per objectiu la representació, la defensa, la promoció, el desenvolupament i l'observació de l'ESS a escala regional. La creació d'aquestes cambres territorials està prevista per l'article 6 de la llei francesa de l'economia social i solidària, de manera que n'hi ha a les divuit regions de França.

Un dels papers que tenen assignats respecte a les administracions públiques és fer-los comprendre millor els reptes globals de l'ESS i integrar aquesta en la seva estratègia de desenvolupament local.

Cada cambra publica i manté actualitzada la llista de les empreses d'ESS presents a la seva regió. Aquesta és una missió definida en el paràgraf 11 de l'article 6, que té com a objectius:

- Donar visibilitat a les entitats de l'ESS als territoris;
- Contribuir a vincular les entitats de l'ESS amb els responsables de la presa de decisions econòmiques per promoure el seu desenvolupament i la seva activitat;
- Millorar el coneixement i la recerca de les organitzacions de l'ESS.

Les cambres s'agrupen en un Consell Nacional, el CNCRESS; aquest últim dona suport, dinamitza i coordina la xarxa de CRESS, i consolida a escala nacional les dades econòmiques i les dades qualitatives de l'ESS recollides pels observatoris regionals.

Agents implicats

Les cambres agrupen i representen les entitats d'ESS del seu territori, per tant, no es pot dir que siguin espais de cogovern amb organitzacions de consumidors i moviments socials emancipadors.

Si ens fixem en la seva composició prenent com a exemple una d'aquestes cambres, la CRESS Aquitaine, veiem que, partint d'un cens de 37.040 organitzacions de l'ESS,⁶² la cambra només en té 134 d'adherides, i que de l'espai de govern regular (consell d'administració) en formen part tan sols 15 organitzacions titulars i 11 de suplents.

A més del consell d'administració, les CRESS s'organitzen en comissions de treball —molt orientades precisament a la construcció de mercat social: cooperació econòmica i consum responsable, formació en ESS, ocupació en l'ESS i acompanyament de nous projectes estratègics— i en els «colleges» (agrupacions per blocs de formes jurídiques: cooperatives, mutualitats, associacions, empreses socials, i una de diferenciada anomenada estructures transversals).

62. <https://bit.ly/2vCEXTU>.

Durada i recursos econòmics

En tota la xarxa de cambres hi treballen 134 persones i el seu pressupost agregat és de 9,5 milions d'euros. La mateixa xarxa té un observatori nacional de l'ESS i una xarxa d'observatoris regionals. Les cambres s'engeguen a partir de l'aprovació de la llei francesa d'ESS el 2014.

Aplicabilitat

Aquesta és una estructura d'abast estatal, de difícil implementació sense cooperació multinivell entre administracions i agents de l'ESS. A Catalunya es podrien donar les condicions per reproduir una estructura similar partint de l'AESCAT, la Generalitat de Catalunya i la XMESS, sobretot si s'hi incorporessin d'alguna manera els ateneus cooperatius com a possibles pols territorials.

A escala local, també s'està experimentant en diferents territoris la intersecció entre les administracions locals i els consells comarcals, les xarxes locals d'ESS vinculades a la XES i els ateneus cooperatius; però probablement una llei d'ESS —i les disposicions que es generessin en termes d'organització territorial— empenyeria a enfortir la coordinació a local i nacional.

Web i contacte

Web: <http://www.ess-france.org>

Twitter: https://twitter.com/ESS_France

Adreça: 34 bis, rue Vignon, 75009 París

5.2. Eines del mercat social

Tot seguit ens referirem al conjunt d'eines que han de fer possible els quatre principis bàsics del mercat social.

Principi 1: El mercat social només ofereix productes socialment útils i sostenibles ecològicament, fets per entitats de l'ESS i properes.

Eines:

- 1.1. Participació dels consumidors en la definició i la millora de les ofertes. Els consumidors intermedis i finals valoren els béns i serveis del mercat social, en primer lloc comprant-los, però també emplenant qüestionaris virtuals de qualitat professional i de reputació, i enquestes electròniques. A més, els productors obren canals per fomentar la participació de consumidors, usuaris i veïnat en processos de definició de les seves necessitats, i per dissenyar béns i serveis que consumiran o que ja consumeixen a fi que s'adaptin millor a les seves necessitats (vegeu com a exemple el cas destacat 24).
- 1.2. Articulació de cadenes de valor de l'ESS. Per millorar l'eficiència global, els òrgans de govern del mercat social promouen que productors i comercialitzadors es coordinin pactant qualitats, preus i altres condicions, sobre la base de principis i valors que ultrapassin la simple rendibilitat econòmica. Idealment, les cadenes de valor s'articulen entre entitats pròximes, si bé a la pràctica depèn molt de la ubicació de les entitats que poden i volen formar-ne part.

- 1.3. Transparència en la informació sobre els productes i els productors. Als webs corporatius dels productors del mercat social, es pot consultar l'estructura de costos dels béns i serveis que ofereixen, llur impacte ambiental, les condicions laborals, el compte de resultats, el balanç comptable i el balanç social. Caldrà que el balanç social o algun instrument similar com és Pam a Pam mesurin també la utilitat dels béns i serveis produïts per les entitats de l'ESS.

Principi 2: El mercat social promou els preus justos, és a dir, la distribució equitativa del valor entre les parts productora i consumidora, i també compartint-lo amb la comunitat.

Eines:

- 2.1. Fons de compensació solidària cap als productors que hagin sortit perjudicats immedesment, a parer dels òrgans de govern, per la dinàmica del mercat; aquest fons serveix per finançar processos de millora o de reconversió, prové del «tribut» sobre els beneficis que paguen anualment els productors, i és abonat en la moneda del mercat social.
- 2.2. Fons social creat amb el 3% dels euros pagats pels consumidors en el moment que decideixen canviar la moneda del mercat social per euros; aquest fons es dedica a finançar les iniciatives sociocomunitàries d'ESS que tria cada consumidor/a i és abonat en la moneda del mercat social.
- 2.3. Transparència en la informació sobre els productes i els productors (vegeu el punt 1.3).
- 2.4. Varietat de productes iguals o similars que competeixen pels mateixos consumidors i usuaris en el mercat social a fi d'estimular l'eficiència global de cada oferent.
- 2.5. Articulació de cadenes de valor de l'ESS (vegeu el punt 1.2).
- 2.6. Òrgan de mediació i arbitratge davant de situacions de conflicte o abús, que investiga d'ofici o per denúncia d'algun membre del mercat social.

Principi 3: El mercat social és gestionat de manera democràtica i transparent pels seus grups d'interès: productors, consumidors i persones i entitats de la comunitat.

Eines:

- 3.1. Constitució d'òrgans de govern, de control i de gestió del mercat social, els fons —el de compensació solidària i el social— i la moneda. Aquests òrgans estaran formats per les taules locals, la taula nacional i les seves comissions de treball i estructures professionals de suport, entre aquestes l'òrgan de mediació i arbitratge. Caldrà valorar quina és la fórmula jurídica més idònia d'aquestes taules: cooperativa, associació o fundació.
- 3.2. Estructura professional de suport, finançada en part per una quota anual als productors, en part pel 2% dels euros abonats pels consumidors en el moment que decideixen canviar la moneda del mercat social per euros.
- 3.3. Inclusió d'ecologistes, feministes, sindicalistes, moviment veïnal i associacions de persones consumidores d'ESS en la gestió del mercat social.

Principi 4: El mercat social es reproduïx de manera ampliada.*Eines:*

- 4.1. Moneda del mercat social, que dificulta que el valor de l'ESS acabi al mercat capitalista.
- 4.2. Articulació de cadenes de valor de l'ESS (vegeu 1.2).
- 4.3. Fons social, que genera noves iniciatives d'ESS, en aquest cas de béns comuns fora del mercat (vegeu 2.2).

Cas destacat 24: Procés participatiu per definir un nou centre per a adolescents a Badalona, impulsat per la Fundació Salut Alta**Objectius i funcionament**

L'objectiu de la Fundació Salut Alta de Badalona era dissenyar un projecte de centre per a adolescents adaptat a les necessitats específiques detectades. També es volia potenciar la participació dels joves, els infants i les famílies en tots els espais de la Fundació. Així, la Fundació va dur a terme un procés en què van participar més de cent persones entre infants, joves i famílies, professionals, voluntaris i agents externs.

La Fundació va rebre el premi de la Confederació, l'organització empresarial que representa les entitats no lucratives que presten serveis d'atenció a les persones a Catalunya, en la categoria de governança democràtica pel procés participatiu per definir com havia de ser el nou centre obert per a adolescents a Badalona, anomenat A100.

Agents implicats

El procés va ser un encàrrec del patronat de la fundació. El va dissenyar i impulsar l'equip directiu de l'entitat i responia a una necessitat real detectada per tot l'equip de professionals i pel voluntariat. Els adolescents que hi van participar s'ho van prendre com una responsabilitat.

Recursos

El procés va ser llarg i costós. Durant més d'un any, va implicar professionals i voluntaris de l'entitat, els mateixos infants i participants del projecte, altres joves que van passar per la Fundació, entitats amb accions similars, instituts del barri i serveis de l'administració de la ciutat, entre d'altres.

Aplicabilitat

Amb recursos i temps sembla perfectament aplicable a molts equipaments socials.

Web i contacte

<https://www.fundaciosalutalta.org/es>

Podeu veure el vídeo que explica el procés participatiu a: <https://vimeo.com/161485700>

Adreça: Carrer de l'Autonomia, 17, 08914 Badalona

5.3. Cens/directori d'iniciatives d'ESS

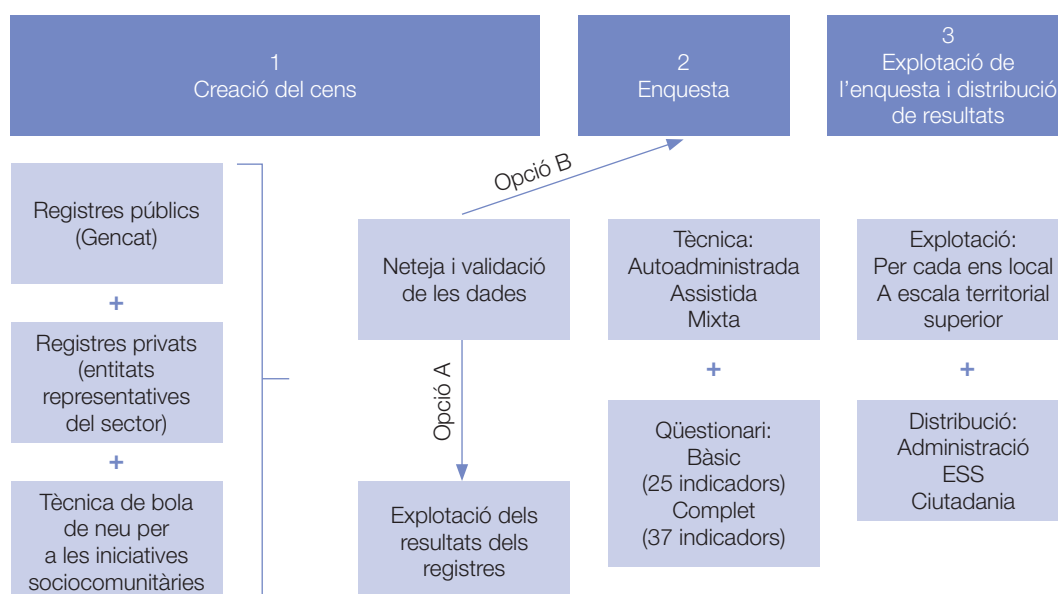
Per definir el perímetre de les entitats susceptibles, en principi, de pertànyer al mercat social, s'ha de partir d'un cens o directori d'entitats que conformen l'ESS. Per confeccionar-lo, abans haurem d'haver establert els límits d'allò que considerem ESS i allò que no, i aquí ens trobem amb un debat, obert i en construcció, que fins ara ha basculat entre

la idea de mesurar l'ESS a partir de les formes jurídiques o bé a partir del funcionament real de cada entitat.

Una important fita a Catalunya en aquest procés de definició és la *Guia per mesurar l'economia social i solidària des dels ens locals* editada per la Diputació de Barcelona en la mateixa col·lecció que la guia que us presentem. S'hi proposa una metodologia de mesura de l'ESS que diferencia entre l'aproximació formal —definida en l'article 5 de la Llei 5/2011 de 29 de març d'economia social, d'àmbit estatal i, per tant, per les formes jurídiques que s'hi estableixen— i l'aproximació substantiva —centrada a avaluar les maneres de funcionar més enllà de la forma jurídica, definida en l'article 4 de la mateixa llei—. Amb tot, el sistema proposat en aquella guia és una combinació de les dues aproximacions, ja que es defineix un primer univers d'iniciatives sobre la base dels registres oficials per grups de formes jurídiques (cooperatives, mutualitats, societats laborals, associacions, fundacions, confraries de pescadors, societats agràries de transformació, empreses d'inserció i centres especials de treball) i, en segon lloc, es proposa fer una enquesta específica a aquest univers demanant dades del seu funcionament intern i, per tant, aprofundint en el compliment de criteris d'ESS per part de les entitats (vegeu la figura 8).

L'enquesta que recull dades sobre les pràctiques de funcionament, definida en la guia, es correspon amb la versió bàsica del balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària, de manera que l'elaboració del balanç per part de les entitats permet aparèixer en un eventual cens local d'ESS. L'experiència pionera a Catalunya en aquest sentit és l'elaboració del catàleg d'empreses i entitats d'ESS de Manlleu, i l'expliquem tot seguit.

Figura 8. Esquema metodològic per delimitar i mesurar l'ESS en un territori.



Font: elaboració pròpia.

Cas destacat 25: El catàleg d'organitzacions d'ESS de l'Ajuntament de Manlleu

Objectius i funcionament

En el marc de l'estratègia d'impuls de l'economia social i solidària de l'Ajuntament de Manlleu, s'ha elaborat un catàleg de proveïdors d'empreses que funcionen sota criteris d'ESS per a la comarca d'Osona. Actualment hi apareixen 22 organitzacions —20 d'osonenques i 2 d'abast català—, amb la perspectiva que l'oferta es vagi ampliant a mesura que més empreses de l'ESS s'hi vagin sumant. Per fer-ho, es preveu un període anual (d'abril a juliol) per poder fer el balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària, que és el filtre que permet accedir al catàleg (ho expliquem en el cas destacat 26).

En termes de metodologia d'elaboració del catàleg, l'aspecte destacat d'aquest projecte és que fa d'experiència pilot a Catalunya en l'elaboració d'un sistema de registre o directori basat en la metodologia definida a l'esmentada *Guia per mesurar l'economia social i solidària des dels ens locals* editada per la Diputació de Barcelona.

Així doncs, s'ha partit d'un univers inicial de 1.652 iniciatives d'acord amb els registres oficials. En el procés iteratiu per anar reduint-ne l'abast, s'ha intentat involucrar diferents municipis, però el resultat ha estat desigual. Dels 47 municipis de la comarca només 14 han participat en el filtratge d'iniciatives, i amb això s'ha elaborat un primer cens de 327 entitats, de les quals només 71 s'han considerat potencialment d'ESS. Aquestes 71 són les que s'han intentat involucrar en l'elaboració del balanç social i, per tant, en l'aparició al catàleg (26 associacions, 22 fundacions i 23 cooperatives i societats laborals).

Agents implicats

Aquest projecte l'han impulsat l'Ajuntament de Manlleu juntament amb la Xarxa d'Economia Solidària (<http://xes.cat>), la cooperativa Opcions (<https://opcions.coop>) i l'Ateneu Cooperatiu de la Catalunya Central (<http://www.coopcatcentral.cat>) amb l'objectiu de fomentar l'economia social i solidària a Osona.

Les organitzacions que consten en el catàleg són diverses: per formes jurídiques predominen les cooperatives de treball associat, les fundacions i les associacions. Quant a sectors d'activitat hi apareixen, sobretot, l'alimentació, els serveis de salut i cura a les persones i la cultura i l'oci. A escala territorial, la majoria d'entitats són de Manlleu i la seva àrea d'influència.

Durada i recursos econòmics

L'acció l'ha subvencionada el Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels programes de suport al desenvolupament local i innovadors i experimentals.

El projecte va començar l'any 2017 amb una primera recollida de dades i diagnòstic territorial enfocada a les oportunitats econòmiques en ESS, que va portar a plantejar la realització d'un catàleg basat en l'elaboració del balanç social per al 2018.

Aplicabilitat

Aquest projecte té un alt grau d'aplicabilitat a diferents municipis o àmbits territorials, i cobreix una necessitat compartida per diferents programes i agents del territori promotors de l'ESS: obtenir censos i diagnòstics territorials del teixit existent en ESS.

La confecció del balanç social és gratuïta.

Web i contacte

Web: <https://ess.manlleu.cat/cataleg-ess-osona>

a/e: ess@manlleu.cat

Twitter: <https://twitter.com/xessmanlleu>

Telèfon: 93 851 50 22

Adreça: Plaça Dalt de la Vila, 3, 08560 Manlleu

5.4. Mecanismes de transparència i avaluació

D'acord amb els principis de participació de les consumidores i usuàries (principi 3) i d'oferta de productes socialment útils i sostenibles (principi 1), calen, per un costat, eines de valoració dels béns i serveis a disposició dels diferents grups d'interès d'una entitat d'ESS (especialment per les persones consumidores), i, per l'altre, eines de transparència que permetin a qualsevol persona o organització tenir accés a la informació econòmica, social, ambiental i de govern de les entitats que participen en el mercat social.

Fa temps que, al sector empresarial en general, se li reclama aquesta necessitat d'avaluació i transparència. Podríem situar l'inici d'aquesta demanda en el sorgiment del concepte de responsabilitat social empresarial (RSE) o corporativa durant la segona meitat del segle xx. Aleshores es van establir, sobretot en el si de l'Organització de les Nacions Unides, marcs per al respecte dels drets humans, per a la defensa dels drets laborals i per a la protecció del medi ambient, i es desenvoluparen les discussions teòriques sobre la RSE. Un dels moments clau va ser quan, el 1962, l'economista neoliberal Milton Friedman va afirmar que «l'única responsabilitat social que han d'acceptar els dirigents de les corporacions és la de maximitzar els beneficis per als seus accionistes». Aquesta frase va aixecar molta polseguera i va catalitzar l'exploració del món de la RSE.

El repte era, i en gran mesura continua sent, idear eines per fer passar les empreses de les declaracions d'intencions als comportaments realment ètics mitjançant la transparència i l'avaluació socioambiental. Amb aquesta finalitat, han proliferat eines i metodologies, i ho han fet fins a un punt gairebé exagerat: s'ha generat tota una branca d'activitat econòmica dedicada a assessorar les empreses en matèria de RSE i a certificar-les d'acord amb les diferents eines i metodologies. El principal problema de la RSE és que no té credibilitat per a la societat en general, menys encara per als moviments socials emancipadors. En gran mesura, aquesta falta de credibilitat es deu a la instrumentalització que n'han fet grans empreses de capital per millorar la seva imatge pública, però sense adquirir compromisos reals ni profunds. Per tant, arrossega una notable manca de legitimitat social com a instrument de transformació econòmica.

En l'àmbit català, el concepte s'ha estès força, al voltant sobretot de les escoles de negocis, les universitats i l'administració pública. Entre les universitats i escoles de negocis, destaca l'Institut d'Innovació Social d'ESADE. En el sector de l'administració pública, la Generalitat de Catalunya ha promogut l'Observatori de la Responsabilitat Social i els programes RSECoop i RSEPime, per ajudar a implementar eines de RSE a les cooperatives i petites i mitjanes empreses mercantils. També destaca el programa Barcelona+Sostenible de l'Ajuntament de Barcelona i el seu Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat.

Igualment, l'ESS ha detectat aquesta necessitat d'avaluació i transparència, i la resposta que hi dona és el balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària, una eina que

s'aplica des del 2008, i que deu anys després ja feien servir 188 organitzacions catalanes.⁶³ L'expliquem tot seguit.

Cas destacat 26: El balanç social de la XES com a eina de transparència

Objectius i funcionament

El balanç social és una eina de rendició de comptes, complementària al balanç comptable, que avalua una entitat mitjançant una bateria d'indicadors referida a àmbits identificats com a rellevants en el marc de l'ESS: la democràcia, la igualtat, la sostenibilitat, el compromís social, la qualitat laboral i professional, i també la compra i la inversió ecosocial al llarg d'un exercici.

La plataforma digital Ensenya el Cor allotja dos itineraris de balanç social —el bàsic i el complet—, i les entitats poden escollir quin dels dos balanços elaborar. El balanç es realitza per mitjà d'un qüestionari en línia que, segons la modalitat de balanç triada, està format per 60 o per 100 indicadors. Amb la modalitat completa, l'organització ha d'enviar quatre qüestionaris a diferents grups d'interès perquè avaluin l'entitat de manera anònima: persones assalariades, usuàries, voluntàries i sòcies. Aquestes valoracions externes donen resposta parcialment al principi 1 del mercat social, és a dir, al tipus d'entitat productora.

La Comissió de Balanç Social de la XES incentiva que el document es publiqui i sigui accessible a tothom, com a exercici de transparència que reforci la confiança dels diferents grups d'interès vinculats a l'organització. Per això s'ha creat el catàleg del mercat social, que permet accedir als balanços de totes les organitzacions que han decidit publicar-lo. Per facilitar la feina a les entitats, amb la validació del balanç es genera de manera automàtica un informe en pdf per presentar els resultats a tercers.

Durada i recursos econòmics

La XES va recollir els primers balanços socials el 2008. L'any 2012 enllestí la primera eina informàtica i el 2016 creà la segona plataforma, Ensenya el Cor, pensada per incloure diferents itineraris i modalitats de balanç.

El balanç social es demana cada any i generalment segueix sempre el mateix calendari: d'abril a juny s'obre la finestra per reportar les dades; de juliol a octubre es validen i s'avaluen tots els balanços, tant per a l'elaboració de l'informe agregat com per als informes individuals; i els mesos de novembre i desembre s'avalua la campanya i es proposen millores per implementar durant el primer trimestre de l'any següent, abans que comenci l'inici de la nova campanya.

L'ús de l'eina informàtica i l'elaboració del balanç social pròpiament no representen cap cost directe per a les entitats.

Aplicabilitat

El balanç social de la XES es basa en una eina en línia que permet anar emplenant tota la informació de manera àgil. És senzill, ja que el poden confeccionar les persones de l'organització; obert, perquè s'hi poden incorporar nous àmbits i indicadors; participatiu, en la mesura en què tota l'entitat participa en l'elaboració; periòdic, concebut per fer-lo cada any i veure la realitat de l'organització; i universal, adreçat a totes les entitats amb activitat econòmica.

Web i contacte

Web: <http://mercatsocial.xes.cat>

a/e: info@bsxes.org

Twitter: <https://twitter.com/hashtag/ensenyaelcor>

Adreça: C/ Bailèn 5, baixos, 08010 Barcelona

63. Dades de la campanya del 2018.

5.5. Creació de coneixement, formació i recerca-acció

Per construir el mercat social no ens podem cenyir a disposar de les eines per engegar-lo, sinó que també hem d'establir les condicions que en garantiran la perdurabilitat i, doncs, la seva reproducció al llarg del temps. Des d'aquesta perspectiva, resulta crucial la creació i reproducció de coneixement mitjançant la formació i la recerca, per la seva capacitat d'orientar estratègicament les accions i les eines del mercat social, i d'afavorir, així, el teixit d'ESS. Parlem de la detecció d'oportunitats econòmiques per a la creació de noves entitats, de la detecció de febleses, riscos, oportunitats i fortaleeses, de fer recerca sobre com construir models de governança de segon i tercer grau democràtics i participatius, etc. Com hem vist en el cas de Mondragón, també és important vincular els centres formatius i de creació de coneixement amb el mercat de treball d'ESS.

5.5.1. Observatoris de sector i de necessitats

Com explica Jordi Estivill en l'article «Observant els observatoris socials»,⁶⁴ aquest tipus de dispositius neixen en primera instància vinculats a fenòmens físics —astronomia, meteorologia i sismologia—, i a partir de la dècada dels vuitanta del segle passat en comencen a proliferar d'enfocats a analitzar fenòmens socials, sobretot per entendre la pobresa i l'exclusió social, i per generar indicadors i sistemes de monitoratge sobre aquest fenomen. Així doncs, aquests observatoris de la pobresa tenien per objectiu comprendre millor els processos d'empobriment i d'exclusió social, generar mètodes d'anàlisi i monitoratge, i posar aquest coneixement al servei de la intervenció pública.

Si pensem en el paper que hauria de complir un observatori de l'economia social i solidària, ens adonarem que podem adaptar bona part del marc de treball dels observatoris de la pobresa: observar, entendre i intervenir. En el cas de l'ESS, els exemples que trobem a l'Estat es troben vinculats a l'economia social més tradicional, com el cas de l'Observatorio Español de la Economía Social.⁶⁵ Aquest observatori el va crear el CIRIEC⁶⁶ i té com a objectius:

- Identificar l'economia social establint una rigorosa delimitació teòrica del seu àmbit que permeti saber els qui la formen a partir d'un nucli identitari comú.
- Quantificar l'economia social a partir dels seus components principals, és a dir, quants són, on són, com han evolucionat i quina importància tenen, actualitzant-ne periòdicament les seves dades principals.
- Avaluar l'economia social: quins problemes de rellevància econòmica i social resol, com contribueix a crear i distribuir riquesa i benestar social.

64. ESTIVILL, Jordi. «Observant els observatoris socials», a *L'Observatori català de la pobresa, la vulnerabilitat i la inclusió social. Fonaments i precedents europeus*. Col·lecció Inclusió Social 1. Institut Català d'Assistència i Serveis Socials. Generalitat de Catalunya, 2010.

65. <http://www.observatorioeconomiasocial.es>.

66. Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, <http://ciriec.es>.

Així doncs, veiem que en aquest cas les seves funcions estan molt lligades, precisament, a la delimitació de què és i no és ESS que explicàvem en el punt sobre els censos d'iniciatives (pàgina 94).

A casa nostra, força observatoris del desenvolupament econòmic local, coordinats en la XODEL, han treballat o col·laborat en estudis i metodologies per a l'ESS. Ara bé, per trobar observatoris relacionats pròpiament amb la promoció de l'ESS i amb un enfocament de reforç del teixit socioeconòmic, hem d'acudir a França i a la xarxa de Cambres de l'ESS vinculades a la implementació de la llei d'ESS del 2014, que expliquem en la pàgina 89. En aquest cas, cada cambra regional té el seu observatori de l'ESS, que es complementa, a més, amb un observatori estatal. Tot seguit expliquem aquesta experiència.

Cas destacat 27: La xarxa d'observatoris de l'ESS de França

Objectius i funcionament

La xarxa d'observatoris de l'economia social i solidària és un dispositiu de mesura i d'observació de l'ESS a França i les seves regions, engegat per les cambres regionals de l'ESS (CRESS) i el Consell Nacional de les Cambres Regionals de l'Economia Social i Solidària (CNCRESS). Aquests observatoris són concebuts com a espais de confluència i mutualització dels treballs en ESS, i es basen en una metodologia harmonitzada entre els diferents territoris amb la finalitat de fer estudis comparables i que ajudin a la presa de decisions i a les intervencions per afavorir l'ESS, tant per part dels mateixos actors de l'àmbit com per les institucions públiques.

Els seus objectius són:

- Observar la creació d'empreses i d'ocupació de l'ESS.
- Definir indicadors i mesurar els impactes positius generats per part de l'ESS.
- Millorar, de manera general, les condicions d'observació quantitativa i qualitativa de l'ESS, amb la finalitat de disposar de dades fiables i pertinents per alimentar la reflexió prospectiva i permetre orientar les decisions estratègiques de les empreses i organitzacions de l'ESS, com també de l'acció pública en favor seu.

Agents implicats

Els observatoris de l'ESS recolzen sobre processos de cooperació regionals, i generalment estan integrats per grups i instituts de recerca, observatoris de desenvolupament econòmic i ocupació, instituts oficials d'estudis estadístics, xarxes d'actors de l'ESS, governs locals i regionals i altres actors públics (per exemple, serveis d'ocupació i serveis socials).

Els observatoris nomenen i dinamitzen comitès de monitoratge per fer les recollides de dades, i reben el suport de consells científics que garanteixen la qualitat de les produccions.

Durada i recursos econòmics

Tota la xarxa de cambres té 134 persones treballant-hi i 9,5 milions d'euros de pressupost conjunt, i és d'aquí d'on penja l'observatori nacional de l'ESS i la xarxa d'observatoris regionals.

Els observatoris es van iniciar a partir de l'aprovació de la llei francesa d'ESS el 2014.

Aplicabilitat

Com passa amb les cambres, aquesta és una estructura estatal, de difícil implementació sense una cooperació multinivell entre administracions i agents existents de l'ESS. A Catalunya es podrien donar les condicions de reproduir una estructura similar a partir de l'AESCAT, la Generalitat de Catalunya i la XMESS, sobretot si s'hi incorporen d'alguna manera els ateneus cooperatius com a possibles pols territorials.

De fet, entre els agents esmentats es treballa per mancomunar el sistema de recollida de dades i la base de dades derivada per a diferents estudis que es fan, com a embrió d'un futur observatori de l'ESS de Catalunya. En concret, es treballa per posar en comú la recollida de dades d'aquestes eines o estudis:

- Balanç Social/informe de Mercat Social – Xarxa d'Economia Solidària
- ValorSocial.coop – Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya
- Baròmetre Cooperatiu – Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya
- Anuari de l'Ocupació del Tercer Sector – Confederació del Tercer Sector
- Baròmetre del Tercer Sector – Taula d'Entitats del Tercer Sector Social
- El Panoràmic – Consell d'Associacions de Barcelona

Web i contacte

Web: <https://bit.ly/2Hmdkvl>

a/e: observatoire@cncres.org

Adreça: CNCRES, 3/5 rue de Vincennes, 93 100 MONTREUIL

5.5.2. Tècniques de recerca-acció

Per construir el mercat social, necessitem també obrir línies de recerca que desemboquin en aplicacions pràctiques i directes. Tradicionalment, la recerca convencional ha considerat la persona investigadora o el grup de recerca en qualitat de subjecte que aborda un aspecte de la realitat per millorar-ne la comprensió mitjançant hipòtesis que són contrastades amb els resultats de la recerca. En aquest tipus d'investigació, les conclusions finals es posen al servei d'un segment de la població molt reduït, sovint relacionat amb la universitat i altres àmbits acadèmics. D'aquesta manera, la comunitat en què es fa la recerca o per a la qual es fa no incideix en el procés ni en els resultats, i només arriba a conèixer les conclusions quan són publicades en un article acadèmic, i encara sempre que aquest sigui accessible.

Al llarg de les últimes dècades, han nascut noves concepcions de recerca més pragmàtiques en l'estudi de les pràctiques socials. Aquests nous enfocaments fan augmentar la participació i l'apropiació del procés i dels resultats de la recerca per part de la comunitat involucrada en la realitat social que estudien. Entre aquestes noves formes de fer recerca hi ha el que anomenem recerca-acció (d'ara endavant RA).

La RA neix com un enfocament alternatiu a la recerca social tradicional i pretén estudiar un aspecte social per mitjà de l'ús de la recerca activa, crítica i cooperativa, fomentant la participació activa dels grups implicats amb la intenció de contribuir a l'aprenentatge col·lectiu i alhora estimular la pràctica transformadora i el canvi social.

En línies generals, la finalitat principal de la RA consisteix a comprendre i millorar la pràctica social, així com la realitat en què opera.⁶⁷ En aquest procés, la persona investigadora, al mateix temps que teoritza sobre determinats fenòmens socials i els observa

67. KEMMIS, S. i MCTAGGART, R. (1988). *The Action Research Reader*. Austràlia: Deakin University Press.

de manera empírica per resoldre determinades preguntes teòriques, utilitza aquest coneixement generat per incidir sobre la realitat estudiada i millorar situacions col·lectives, bé sigui dissenyant polítiques públiques, o bé generant debat públic o definint estratègies per a agents socials. Per tant, la RA, com a mètode d'estudi i d'acció que és, tracta alhora de coneixements i de canvis socials, combina teoria i pràctica.

En l'àmbit de les pràctiques econòmiques alternatives enteses en sentit ampli, existeix ja una certa tradició de recerca-acció participativa, enfocada en l'apoderament de comunitats i a posar en valor la dimensió pràctica del coneixement i a implicar els participants en els processos de recerca.⁶⁸ Trobem un exemple interessant d'això en la intersecció entre economia social i solidària i recerca-acció participativa al País Basc, que expliquem tot seguit.

Cas destacat 28: Recerca-acció participativa entre la Universitat del País Basc i REAS Euskadi

Objectius i funcionament

L'any 2013 es forma un grup de treball integrat per investigadors de la Universitat del País Basc i membres de la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) d'Euskadi. L'objectiu d'aquest col·lectiu era l'apropament teòric i pràctic de dos paradigmes econòmics alternatius: l'economia solidària i l'economia feminista, i s'havia de dur a terme implicant en la reflexió les entitats de l'ESS basques. Emprant una tècnica de recerca-acció participativa, es volia identificar també les potencialitats i les febleses dels processos de cogeneració de coneixement entre la universitat i les organitzacions socials.

Un dels fruits principals d'aquest procés de recerca-acció va ser l'elaboració d'un pla de treball consensuat per totes les persones i organitzacions del grup, que incloïa accions com una publicació, unes jornades obertes, definir una política de gènere per a tot REAS i incorporar la mirada feminista a les eines d'autoavaluació de les entitats sòcies d'aquesta xarxa de xarxes.

Agents implicats

Aquest projecte el van impulsar conjuntament tres grups: professionals dedicats a la investigació de la Universitat del País Basc, persones vinculades a l'estructura de REAS Euskadi i entitats sòcies de REAS. Al final del procés de recerca-acció, aquest grup es consolidà amb el nom d'EkosolFem i té com a principal objectiu seguir totes les actuacions definides durant la recerca.

Durada i recursos econòmics

El procés de recerca-acció va durar poc més d'un any i va constar de les etapes següents:

- a) Etapa de prerecerca: símptomes, demanda, constitució de l'equip investigador i elaboració del projecte.
- b) Etapa 1, diagnòstic: acostament i conceptualització de la problemàtica, constitució del grup de treball i de l'equip coordinador.
- c) Etapa 2, programació: procés d'obertura a tots els coneixements i punts de vista existents utilitzant mètodes participatius.
- d) Etapa 3, conclusions i propostes: negociació i elaboració de propostes concretes.
- e) Etapa de post-recerca: inici de les accions.

68. MARTÍ, J. (2016). «Investigación-Acción: Introducción a la Perspectiva, Diseño y Métodos», Universitat Autònoma de Barcelona.

Aplicabilitat

La capacitat d'una administració local per promoure accions d'aquest tipus depèn molt dels lligams establerts tant amb l'ESS com amb les universitats més properes. De fet, els ajuntaments poden complir un paper rellevant vinculant els dos mons, ja que normalment no es troben connectats.

Així, una administració pot identificar grups de recerca interessats en l'ESS i proposar investigacions d'acord amb les necessitats del territori relacionades amb la promoció de l'ESS i el mercat social. Serà important, però, que aquests grups de recerca coneguin i dominin tècniques de recerca-acció, perquè són les que garanteixen que la construcció de nou coneixement es fonamenta en una acció conjunta entre entitats i investigadors, i que es fa aportant solucions pràctiques al mateix temps que se n'extreuen conclusions teòriques.

Web i contacte

Web: REAS Euskadi: <https://bit.ly/2sI0uj1>, enllaç a la recerca: <https://bit.ly/2JqQuFx>

a/e: economiafeministareaseuskadi@googlegroups.com

Twitter: <https://twitter.com/hashtag/ekosolfem>

Adreça: Plaza Venezuela, 1 2º izquierda-izquierda, 48001 Bilbao

5.5.3. Iniciatives de recerca i estudis d'ESS

Com dèiem, per garantir la perdurabilitat de l'ESS i del mercat social, un dels factors clau és la creació i reproducció de coneixement mitjançant la formació i la recerca.

Si, quan parlem de recerca i formació en ESS, centrem la mirada en els estudis i investigacions universitàries, deixarem fora del radar una bona part dels espais de creació i reproducció del coneixement en ESS: jornades, seminaris, espais de debat i reflexió, publicacions, recerques aplicades, etc., creats des del mateix teixit activista i, sobretot, des de les administracions que la promouen. El fet que l'ESS sigui un moviment i un paradigma teòric fonamentat sobre gran quantitat de pràctiques socioeconòmiques fa que la creació de coneixement es generi al voltant de la mateixa pràctica, la qual cosa comporta, per un cantó, que el coneixement creat s'ajusti molt a les necessitats de les pràctiques; però, per l'altre, que s'elabori de manera poc sistemàtica i compartida, de manera que es perd un gran potencial de transmissió d'aquest coneixement mitjançant la rèplica i la seva multiplicació en contextos diferents. Entre els actors que actualment impulsen la creació de coneixement d'ESS a casa nostra hi ha:

- Administracions públiques: la recerca *L'economia social i solidària a Barcelona*⁶⁹ encarregada per l'Ajuntament de Barcelona l'any 2016 ha estat un dels esforços d'investigació més rellevants per dibuixar el contorn i l'abast de l'ESS barcelonina. També els diagnòstics territorials elaborats pels ateneus cooperatius formen part d'aquests processos de recerca i identificació, en aquest cas, per la cooperació entre la Generalitat i les entitats de l'ESS que impulsen els diferents ateneus.

69. FERNÁNDEZ, A., MIRÓ, I. (2016): *L'economia social i solidària a Barcelona*. La Ciutat Invisible, SCCL, Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària, Ajuntament de Barcelona. Gener, 2016.

- Entitats representatives: cada any els agents representatius de les diferents famílies de l'ESS publiquen diagnòstics específics. Així, la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya publica *El baròmetre de les cooperatives*,⁷⁰ la Xarxa d'Economia Solidària *L'estat del mercat social català*,⁷¹ la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social *El baròmetre del Tercer Sector Social*⁷² i la Confederació Empresarial del Tercer Sector *L'anyari de l'ocupació del Tercer Sector Social*.⁷³
- Les mateixes entitats: els processos de reflexió estratègica de les entitats de l'ESS sobre diferents aspectes també es converteixen, sovint, en processos de creació i transferència de coneixement.

Com dèiem, la vitalitat en la creació de coneixement per part dels diferents agents promotors de l'ESS contrasta amb la seva poca sistematització i transferibilitat. Aquí és on les universitats poden tenir un paper important, en aliança amb l'ESS, per multiplicar l'impacte d'aquest coneixement generat.

Val a dir, però, que el grau d'implantació de l'ESS a les universitats és modest, per bé que a poc a poc va augmentant. De fet, el que veiem avui és que, a l'ESS com a paradigma, s'hi pot arribar partint de rutes prou diferents, la qual cosa mostra com de pluridisciplinària i transversal és, i que no existeix una definició única. De manera simplificada, podríem identificar dues grans rutes d'arribada a l'ESS des de les universitats:

- Partint de l'estudi de l'economia social (ES): l'ES tradicional, entesa com el conjunt d'empreses i entitats que tenen forma jurídica no lucrativa i/o cooperativa, sí que té un grau d'implantació molt superior a les universitats. El principal espai de referència és el Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC), i la seva seu a l'Estat espanyol és a la Universitat de València. CIRIEC-Espanya publica dues revistes científiques, organitza congressos, cursos, etc. Això fa que l'economia social estigui present, sobretot, a les facultats d'economia i empresa.
- Partint de l'estudi dels moviments socials: hi ha diferents grups de recerca i oferta formativa vinculada a l'estudi dels moviments socials (sobretot en els camps de la sociologia, l'antropologia i les ciències polítiques) que aborden l'ESS com a proposta econòmica emancipadora. Podrien ser exemples d'aquesta aproximació el màster de Transformacions Socials i Innovació de la Universitat de Barcelona,⁷⁴ o el màster en Polítiques Socials i Acció Comunitària⁷⁵ de l'Institut de Govern i Polítiques Públiques (vinculat a la Universitat Autònoma de Barcelona).

70. <https://bit.ly/2PVf2ZY>.

71. <https://bit.ly/1Uj9mzV>.

72. <http://www.tercersector.cat/barometre>.

73. <https://bit.ly/2VgBy2l>.

74. <https://bit.ly/2ZVlbHH>.

75. <http://escoladeligop.com/psac/>.

Amb tot, va apareixent una oferta formativa i de producció de coneixement relacionada directament amb l'ESS i els seus espais de referència. En l'àmbit estatal destaquen el màster universitari en Economia Social i Solidària⁷⁶ promogut per l'Institut Gezki (Institut de Dret Econòmic i Economia Social), en funcionament des del 2013, i el Postgrau en Gestió i Promoció d'Empreses de l'Economia Social i Solidària⁷⁷ vinculat al Centre Superior d'Estudis de Gestió de la Universitat Complutense de Madrid. A Catalunya, trobem dues iniciatives directament enfocades a l'ESS. La primera és el postgrau d'Economia Social i Solidària (estudis europeus) impulsat per l'Escola de Formació de la Xarxa d'Economia Solidària, el qual està coordinat acadèmicament per La Ciutat Invisible SCCL, amb el seguiment de la Comissió de Formació de la XES. Hi col·laboren la Universitat Pompeu Fabra i l'Escola Lliure El Sol, i hi participen una vintena de docents de La Ciutat Invisible, Coop57, Col·lectiu Ronda, Labcoop, L'Apòstrof, Coòpolis BCN, ACAF, MigrESS o Dimmons, entre altres cooperatives i associacions, així com membres de les comissions d'economies feministes i balanç social de la XES. Durant el curs 2018-19 s'executa la tercera edició. La segona experiència l'expliquem com a cas destacat 29, per la implicació d'administracions públiques en la seva planificació i gestió.

Cas destacat 29: Postgrau en Economia Social i Solidària vinculat a la UAB

Objectius i funcionament

El postgrau en Economia Social i Solidària, Desenvolupament Local, Cooperativisme i Transformació Social depèn de la Universitat Autònoma de Barcelona i sorgeix de la cooperació entre la universitat, l'administració pública i la societat civil.

El seu objectiu principal és construir un marc conjunt d'aprenentatge, formació i debat a l'entorn de l'economia social i solidària. És a dir, al voltant de les potencialitats, els trets diferencials i les limitacions de l'economia social i solidària en la construcció i consolidació de projectes que donin resposta a drets, necessitats i inquietuds socials, i en la definició de noves estratègies de transformació del model actual de desenvolupament socioeconòmic. Més concretament, aquest postgrau busca:

- La creativitat i el foment de projectes en el marc de l'ESS;
- La recerca acadèmica i la investigació en aquest àmbit;
- La construcció i implementació de polítiques públiques per afavorir noves formes de desenvolupament socioeconòmic a escala local.

És un postgrau presencial que es desenvolupa a la Facultat d'Economia i Empresa del Campus de Sabadell de la UAB.

Agents implicats

Localment l'impulsa el consorci que promou l'Ateneu Cooperatiu del Vallès Occidental per a l'àrea de Sabadell (Teler Cooperatiu, Promoció Econòmica de Sabadell i Ajuntament de Sabadell). Compta amb la col·laboració i el suport de la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya; la Direcció General d'Economia Social, el Tercer Sector, les Cooperatives i l'Autoempresa; la Fundació Seira, la Fundació Roca i Galès, la Xarxa d'Economia Solidària i la Fundació Autònoma Solidària.

76. <http://www.gezki.eus/es/master.php>.

77. <https://bit.ly/2xiWE2Q>.

Durada i recursos econòmics

El postgrau dura un semestre (de gener a juny), té un cost de 1.680 euros i atorga 30 crèdits ECTS a l'alumnat que el completa.

Aplicabilitat

Una de les particularitats d'aquest postgrau és la implicació de l'Ajuntament de Sabadell en la seva promoció, la qual cosa reforça el paper que una administració local pot desenvolupar treballant conjuntament amb el teixit socioeconòmic de l'ESS i les universitats en la creació de coneixement i formació per al foment de l'ESS i el mercat social. En aquest cas resulta especialment important que la UAB disposi d'una facultat d'economia i empresa a Sabadell, la qual cosa facilita que l'Ajuntament s'hi impliqui.

Web i contacte

Web: <https://bit.ly/2AsPUks>

a/e: Rosa.Garcia.Hernandez@uab.cat

Adreça: C/ dels Emprius, 2, 08202 Sabadell

Altres publicacions de la sèrie Economia i Treball

Eines

- 1 Models i factors per a un nou desenvolupament econòmic local. AtlesDEL
- 2 Guia per mesurar l'economia social i solidària des dels ens locals
- 3 Experiències de microdesenvolupament rural. Reptes i casos d'innovació local
- 4 Nous reptes, reflexions i propostes per a un desenvolupament local sostenible. Elements d'Innovació i Estratègia
- 5 Mapa del desenvolupament econòmic local a la demarcació de Barcelona. AtlesDEL
- 6 El finançament de projectes de desenvolupament econòmic local. Elements d'Innovació i Estratègia