

Caso de estudio

Smart Ibérica Cooperativa de Impulso Empresarial

#HaciaZAZ2021

#ZAZ2021

#8EMESconf



info@smart-ib.coop | <https://smart-ib.coop/>

REDES SOCIALES

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

Twitter: https://twitter.com/Smart_Iberica

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UC1FlrBIQkOp6D0JU4nebJLQ>

Instagram: <https://www.instagram.com/smartiberica/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/smart-ib>

CONTEXTO: LAS EMPRESAS SOCIALES EN ESPAÑA

La evolución y situación de las empresas sociales en España está inevitablemente ligada a la economía social y solidaria (ESS) debido a la larga tradición de organizaciones de la ESS involucradas en actividades económicas con fines sociales en lugar de comerciales¹.

En este sentido, el término “economía social y solidaria” goza de un mayor reconocimiento que el de “empresa social”. Sin embargo, está emergiendo un intenso e interesante debate entre dos formas de entender las empresas sociales y en su posición entre las formas tradicionales que conforman la ESS y nuevos modelos de negocios que tratan de equilibrar objetivos económicos y sociales. Entre estos dos puntos el concepto de empresa social en España puede ser integrado dentro del marco de la ESS como resultado de la expansión de sus límites. Esta perspectiva coincide con la resolución del Parlamento de España, que entiende la Ley 05/2011 de Economía Social como el marco legal para las empresas sociales en España.

¹ Para obtener información detallada sobre las empresas sociales y su ecosistema en España véase: Comisión Europea, 2020 (ver lista de referencias).

Al carecer de una forma legal específica para las empresas sociales en España, éstas se constituyen generalmente como Cooperativas de Iniciativa Social, Empresas de Inserción, Centros Especiales de Empleo (de iniciativa social), asociaciones (que desarrollan actividades económicas) o fundaciones. Datos estimados del año 2017 (último con datos completos), indican que habría unas 9.680 en todo el territorio español (Comisión Europea, 2020). Estas empresas llevan a cabo sus actividades en una gran variedad de sectores tales como limpieza, medioambiente, reciclaje, jardinería, servicios de atención personal, social y de atención domiciliaria, salud, educación, moda/textil o catering entre otros. Además de estos sectores más tradicionales, las empresas sociales están emergiendo en otros ámbitos como el de las energías renovables, promoción del emprendimiento, la cultura, igualdad de género o migraciones.

En términos generales, España presenta un ecosistema de empresas sociales todavía en fase emergente. Este ecosistema está influenciado por actores clave como instituciones públicas (normalmente relacionadas con la ESS) a nivel local, regional y nacional, que han desarrollado diversos políticas y medidas de apoyo relacionadas con exenciones fiscales, reducciones en las contribuciones a la seguridad social, apoyo presupuestario (subvenciones, subsidios), asistencia técnica o políticas relacionadas con el empleo. Dentro de este ecosistema también han surgido nuevos agentes relacionados con el emprendimiento y la innovación social, por ejemplo, fundaciones relacionadas con bancos o grandes corporaciones, que promueven apoyo empresarial, incubadoras, instalaciones o plataformas de aprendizaje e intercambio. Además, dentro del ecosistema, diferentes organizaciones y redes de segundo nivel/apoyo defienden los intereses colectivos y profesionales de las empresas sociales. Por últimos en términos de financiación, a pesar de la presencia de algunos programas públicos y entidades de carácter privado que otorgan financiación a empresas sociales, los agentes implicados en el sector tienden a percibir una falta de servicios financieros destinados específicamente a las empresas sociales, unas organizaciones que en España tienden a autofinanciarse en términos generales a través por ejemplo de la venta de bienes y/o servicios.

Este panorama nos indica el todavía emergente, pero en continua expansión fenómeno que representan las empresas sociales en España.

EMPRESA SOCIAL EN EL SECTOR CULTURAL: EL CASO DE SMART IBÉRICA

Smart Ibérica es una organización sin ánimo de lucro constituida como 'cooperativa de impulso empresarial' (Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas) para la gestión de proyectos artísticos y culturales. Este tipo de cooperativas ofrece una estructura "paraguas que da cobertura a trabajadores intermitentes, pero también a personas emprendedoras que estén en las fases iniciales de creación de empresa" (Nogales Muriel, 2021: 20).

Con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de las y los profesionales de la cultura, Smart Ibérica canaliza la actividad emprendedora de sus socios y socias a través de servicios mutualizados que les prestan apoyo a gestionar proyectos profesionales a través de un asesoramiento personalizado. Cada socio/a tiene unapersona gestora asignada que le ayuda a plantear una hoja de ruta y necesidades para que su actividad tenga el mayor éxito posible. Entre los servicios que ofrece Smart Ibérica a sus socias/os se encuentran los siguientes: asesoramiento laboral y legal, financiación a través del Fondo de Garantía, gestión de presupuestos de proyectos individuales y en grupo, seguro de responsabilidad civil, prevención en riesgos laborales, asesoramiento en Propiedad Intelectual, derechos de autor, comercio electrónico y nuevas tecnologías, fomentar las redes para obtener visibilidad, concurrir a licitaciones afines a su perfil u optimizar las negociaciones con los clientes.

Smart Ibérica se constituyó en el año 2013, sin embargo, su origen está ligado a la organización sin ánimo de lucro de origen belga SMartBe (*Société MutuellepourArtistes*) que se puso en marcha en 1994. A través del Programa ESempleo, financiado con fondos europeos y gestionado por CEPES² Andalucía, SMartBeentra en contacto en 2011 con un grupo empresarial cooperativo de Andalucía que aglutina a las cooperativas sociales y se comienza a trabajar para que el proyecto Smart aterrice en España. En la actualidad Smart Ibérica forma parte de un proyecto europeo impulsado por la entidad belga SmartBe, en el que están implicados 9 países con la finalidad de crear una red europea cooperativa, Smart, que permita la movilidad de sus socios y socias, y facilite la tarea administrativa y fiscal de los trabajos transfronterizos de todos sus miembros.

Con sede social en Andalucía, Smart Ibérica extiende su presencia por toda España. La cooperativa está formada por dos tipos de socias/os, los cuales pueden participar en la toma de decisiones de manera democrática. Las/os socias/os de estructura, que se encargan de realizar el trabajo administrativo y de asesoramiento laboral, y socias/os usuarias/os, profesionales del ámbito de la cultura que realizan su trabajo por cuenta propia. Tras 7 años de existencia Smart Ibérica cuenta con más de 3000 personas socias (entre las que 1500 están activas)³.

CREACIÓN DE PROYECTOS Y EMPLEO EN EL ARTE Y LA CULTURA DESDE EL COOPERATIVISMO

Desde su creación, Smart Ibérica ha asesorado 4703 proyectos de profesionales de distintos ámbitos como las artes escénicas, música, comunicación, grabación audiovisual, artes visuales y plásticas, fotografía, profesionales de apoyo de actividades culturales y artísticas, diseño gráfico y multimedia, filología, interpretación y traducción. En cuanto a los tipos de contratos, el 85% de los trabajos realizados por las/os socias/os de Smart Ibérica durante el año 2020 fueron a tiempo completo; este hecho unido a la posibilidad de acceder a la prestación por desempleo (a la cual accedieron el 32% de sus socios/as) en periodos de inactividad y; el Fondo de Garantía de la cooperativa, por el que los profesionales reciben la remuneración correspondiente de su actividad cooperativizada independientemente del pago del cliente para el que se presta el servicio, suponen ejemplos de una importante contribución hacia a la dignificación del trabajo de los profesionales de los sectores culturales y artísticos.

En cuanto a la sostenibilidad económica y financiera uno de los objetivos de esta empresa social fue el de no incurrir en pérdidas a los tres años desde su creación. En el año 2019, el volumen de negocios de Smart Ibérica fue de 5 millones de euros facturados. De cada proyecto gestionado, las/os socias/ contribuyen a la autofinanciación de la cooperativa aportando un 7,5%, que se destina al mantenimiento de los servicios mutualizados y de la estructura; en concreto, el 1% se destina a nutrir el Fondo de Garantía mientras que el 6,5% a cubrir los gastos de los servicios mutualizados. Por otra parte, cada socia/o realiza una aportación inicial de capital que asciende a 150 €, cuyo pago puede ser distribuido en tres años.

Pese a la independencia tanto organizativa como económica de Smart Ibérica con respecto a las instituciones públicas es importante recalcar el papel que jugó para su puesta en marcha tanto el apoyo institucional recibido especialmente a través del programa ESempleo que permitió acceder a experiencias que se estaban desarrollando en otros países europeos, como la forma legal de cooperativa de impulso empresarial desarrollada dentro del marco legal de Andalucía. En este sentido, Smart Ibérica representa un claro ejemplo de la importancia de adaptar y “traducir” a los

²Confederación Empresarial Española de la Economía Social

³Los datos sobre Smart Ibérica presentados en este estudio de caso han sido obtenidos del Cuaderno Smart, núm. 1 (ver lista de Referencias).

contextos locales/regionales/nacionales modelos de innovación social procedentes de otros contextos, como es el caso del modelo de esta empresa social como adaptación de la experiencia en Bélgica de SmartBe.

Para finalizar, las características de Smart Ibérica coinciden con las tres dimensiones (social, económica/empresarial y de gobernanza inclusiva y participativa) establecidas por la Comisión Europea en su definición operativa de empresa social (Comisión Europea, 2011). Estas características, junto con la dimensión innovadora de Smart Ibérica, hacen de esta empresa social un interesante modelo en un sector emergente y prometedor para las empresas sociales en España y Europa como es el ámbito cultural y artístico.

REFERENCIAS

Comisión Europea (2011) *Social Business Initiative:Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation* [Estrategia de Emprendimiento Social: La creación de un clima favorable para las empresas sociales, grupos de interés esenciales de la economía social y la innovación] (COM/2011/0682 final). Comisión Europea, Bruselas.

Comisión Europea (2020) *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Spain* [Las empresas sociales y sus ecosistemas en Europa. Informe país actualizado: España]. Autores: Millán Díaz, Carmen Marcuello y Rocío Nogales. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, Luxemburgo. Disponible en <https://europa.eu/!Qq64ny>

Nogales Muriel, R. (2021) "Smart Ibérica: una apuesta colectiva para la articulación del sector profesional de la cultura en España", *Cuadernos Smart*, núm. 1. Smart Ibérica, Madrid, XX pp. Disponible en link