

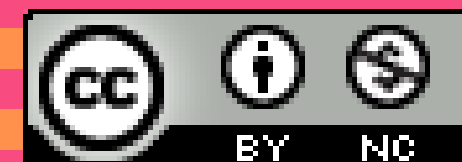
# Taller Emprendimiento social y solidario



## V JORNADAS estatales de la RedEFES

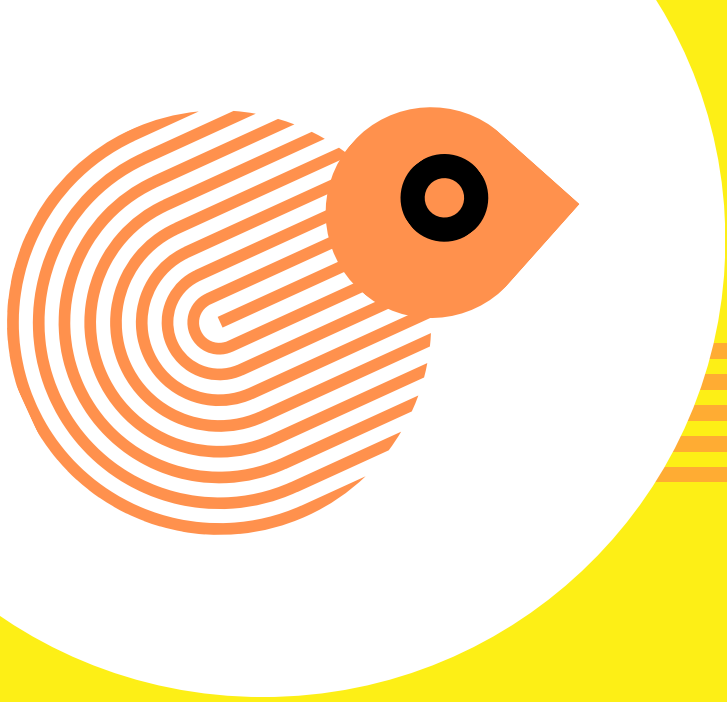
18/01/25 Ateneo La Maliciosa

Formación Economía Social y Solidaria por Economistas sin Fronteras se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](#).



# Indice

- Bienvenida 5´
- Presentación REAS y EsF y objetivos del taller 5´
- Marco teórico: Economías transformadoras y Economía Social y Solidaria. 12
- ¿Qué es el emprendimiento social? 5´
- Herramientas hackeadas para el aula: CANVAS Social (presentación de la herramienta y preguntas disparadoras) 15´
- Casos de éxito inspiradores y recursos para el aula 5´
- Cierre 5´



# Presentación

- **Objetivos del taller:** dotar al profesorado del marco teórico y algunas herramientas prácticas para abordar la docencia de las materias vinculadas al emprendimiento desde el enfoque de la Economía Social y Solidaria y las Economías Transformadoras.
- **Presentación entidades:** REAS Red de Redes y Economistas Sin Fronteras.
- **Preguntas de arranque:** ¿Qué esperas de este taller? ¿Conoces la ESS y el canvas social?

# **Parte 1. Marco teórico:**

# **Las Economías Transformadoras**

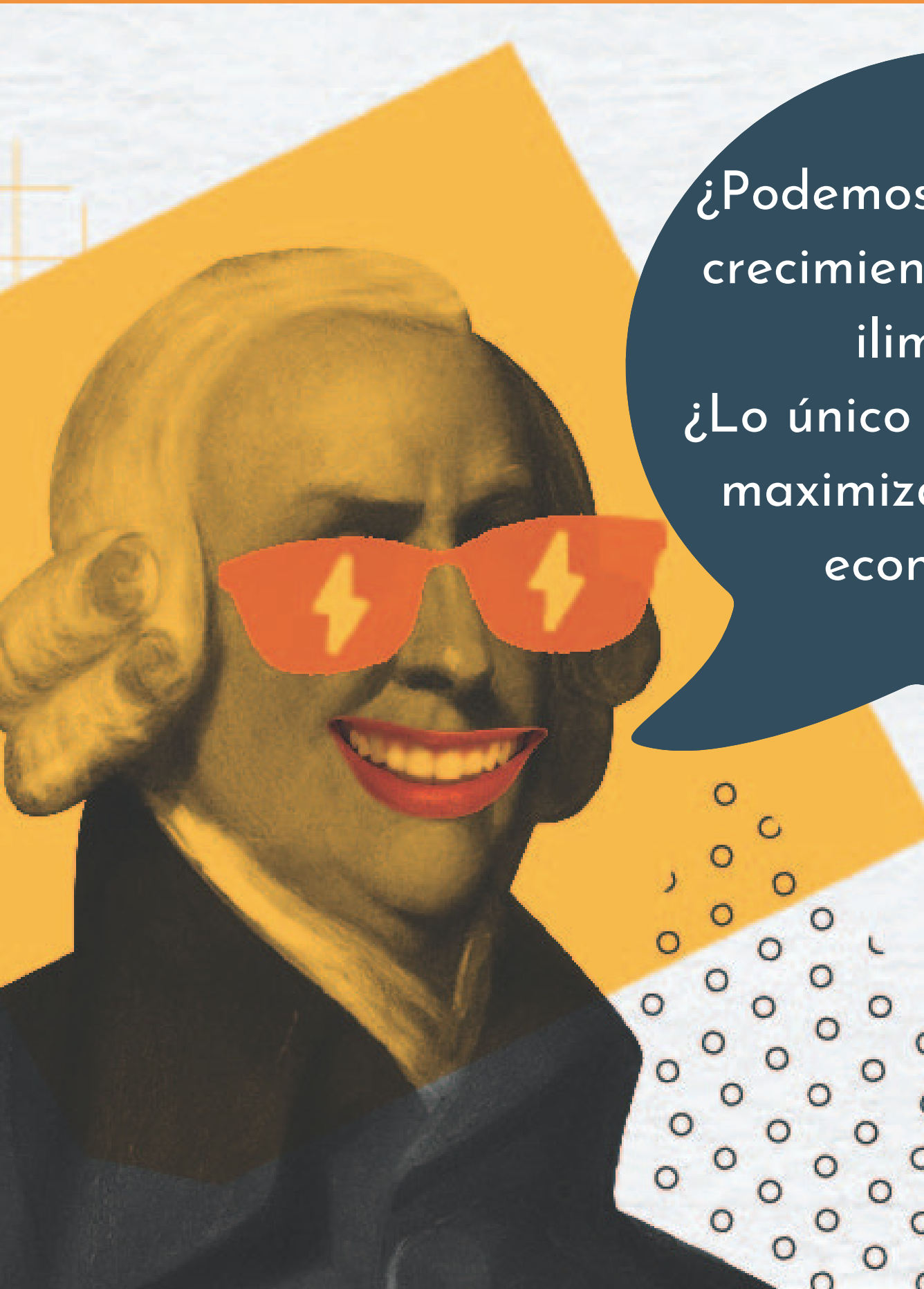
# Contexto crisis multidimensional



# Contexto crisis multidimensional



# Modelo Económico Actual; Neoliberalismo



¿Podemos fomentar un crecimiento económico ilimitado?

¿Lo único importante es maximizar beneficios económicos?

**¿Qué consecuencias tiene y cómo se sostiene este sistema?**

**Desigualdad: 1 % más rico ha acaparado casi dos terceras partes de la nueva riqueza generada desde 2020 a nivel global (Oxfam)**

**Huella ecológica: El nivel de consumo de UE necesita la superficie de 2,7 planetas (WWF)**

**España, el 20 de mayo de 2024 ya se había terminado el capital natural disponible para el resto del año (Global Footprint Network)**

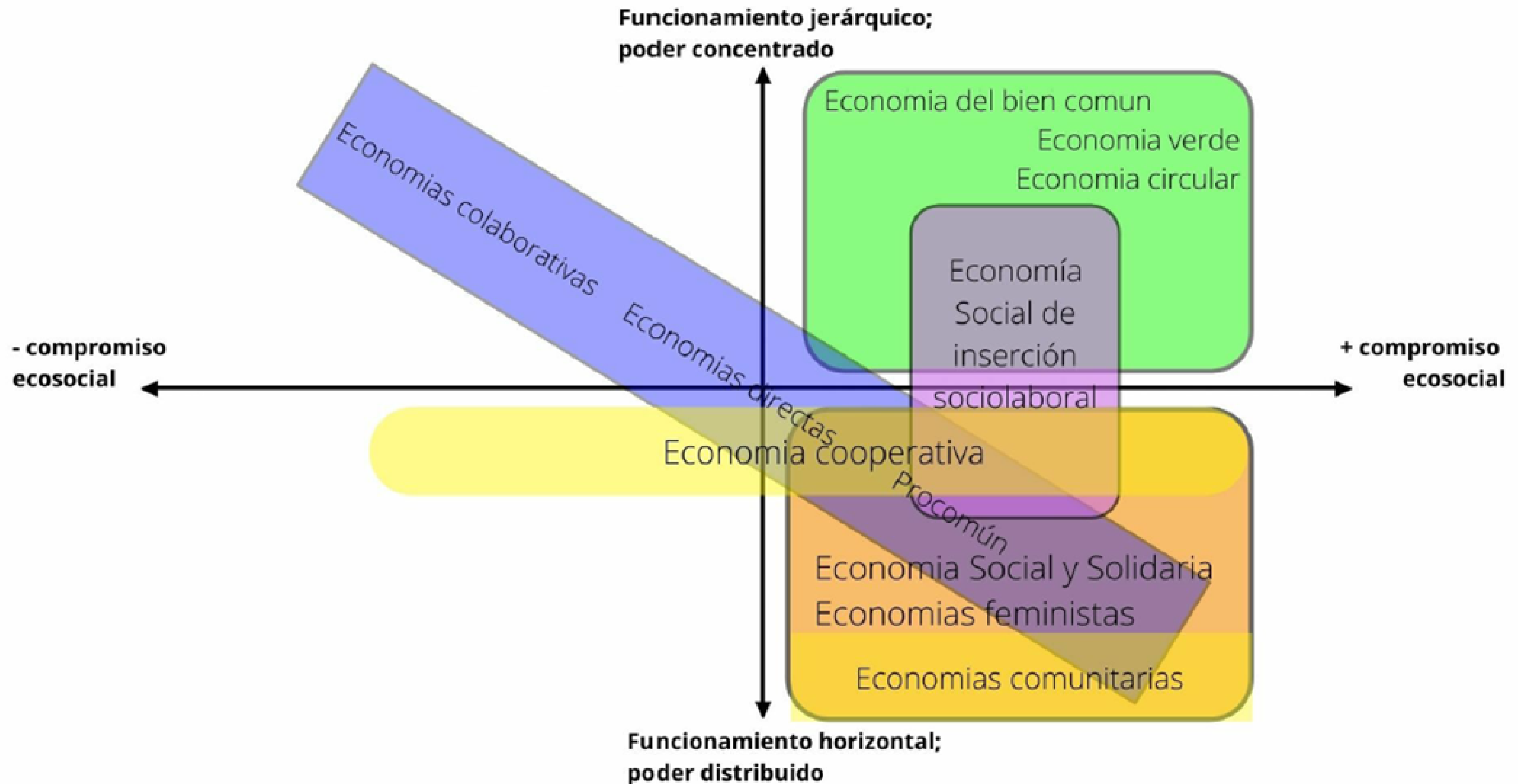
# Las Economías Transformadoras

- Que hayan desarrollado un cierto paradigma-marco conceptual.
- Que tenga cierta vocación de movimiento social, es decir, de influir en la sociedad, el debate político y en las políticas públicas.
- Que implique un conjunto de prácticas, proyectos y experiencias de hacer economía.
- Plantean postulados económicos respetando el medioambiente y con una visión feminista, social y solidaria. Es decir, entre todas existe un objetivo que es poner en el centro la vida (de las personas y del planeta)

**Gráfica de las Economías Transformadoras:** El eje horizontal marca el compromiso en referencia a minimizar o internalizar el impacto social y ecológico de su actividad productiva. El eje vertical marca el compromiso en referencia a generar estructuras de reparto de poder, valor y rendimiento más distribuidas o igualitarias.



# Ecosistema de economías transformadoras





Fuente: Economistas sin Fronteras (2023)

# **1.2. Propuesta de la Economía Social y Solidaria**



# ECONOMÍA CONVENCIONAL



# ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

FIN

Maximizar el beneficio

Calidad de vida

MEDIOS

Recursos humanos

Rentabilidad económica

EMPRESA

Empresa tradicional

Empresa social

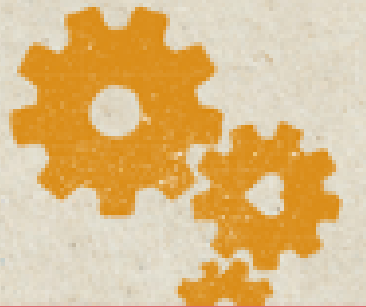
# ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA SOLIDARIA?

Conjunto de prácticas basadas en principios y valores que prefiguran los contornos de una práctica económica alternativa al capitalismo.

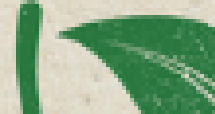
Es un movimiento económico, social y político, que aspira junto con otras redes y movimientos, a transformar de raíz y desde abajo nuestra sociedad local y nuestro mundo global.

## PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA

TRABAJO  
DIGNO



SOSTENIBILIDAD  
ECOLÓGICA



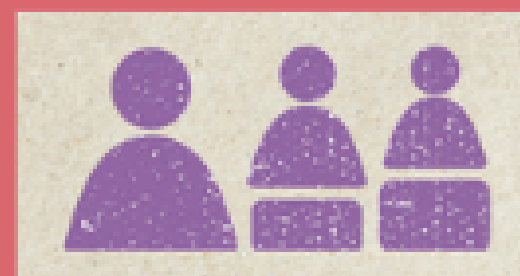
COOPERACIÓN



REPARTO  
JUSTO DE  
LA RIQUEZA

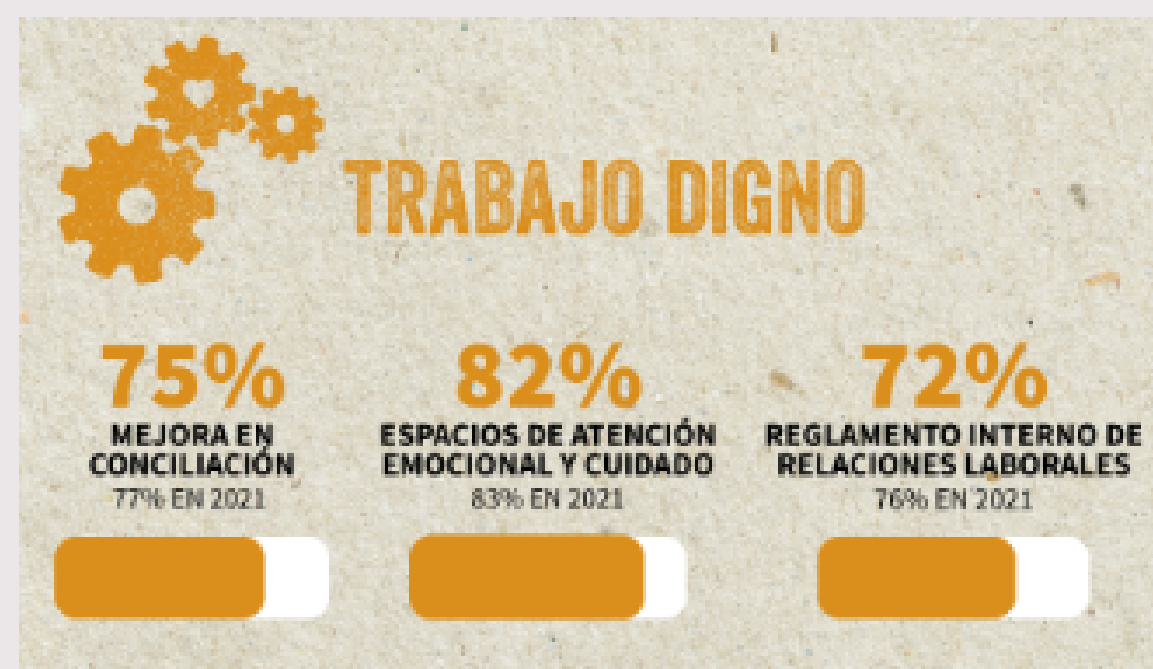
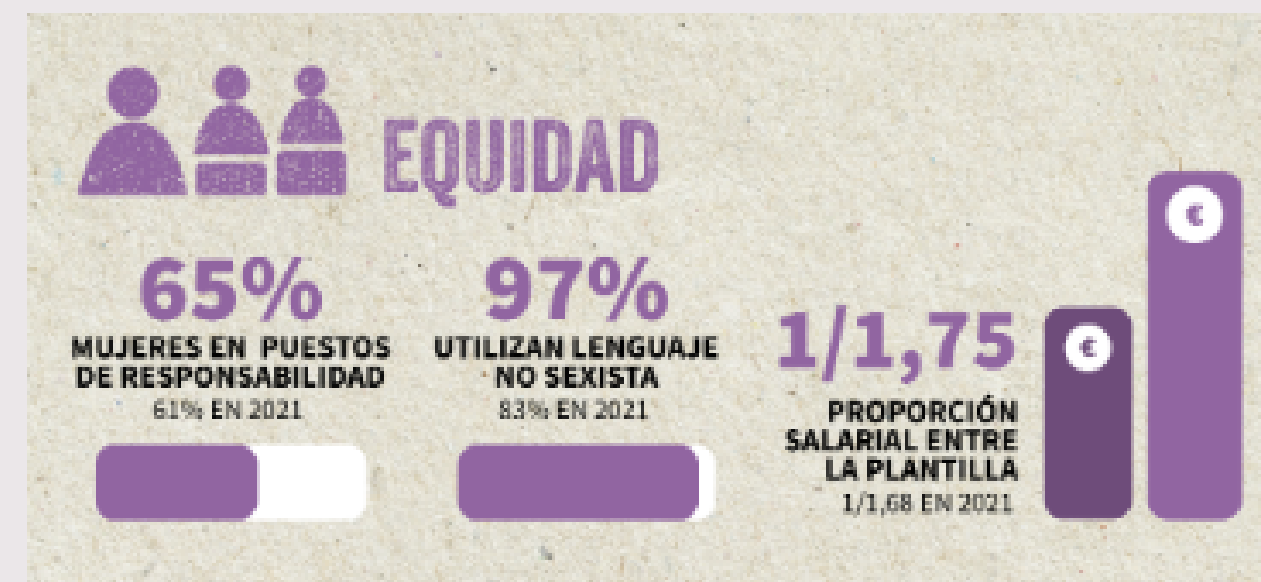


EQUIDAD



COMPROMISO  
CON EL  
ENTORNO





## AUDITORÍA SOCIAL



# La Economía Social y Solidaria en España y en el mundo

- Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social (España se convirtió en el primer país Europeo en tener una ley de Economía Social). Actualmente hay un Ministerio de Trabajo y Economía Social.
- Tipos de empresas dentro de la ESS y sectores de actividad.
- Reconocimiento internacional Naciones Unidas: la ESS como motor clave para un desarrollo inclusivo y sostenible, en particular en términos de promoción del trabajo decente, reducción de las desigualdades y fomento de la transformación social«.
- La Economía Social y Solidaria y su contribución a la Agenda 2030: La ESS contribuye desde hace décadas a este cambio de modelo a través de la puesta en práctica de los seis principios de la Carta de Economía Solidaria.

# **Parte 2.**

## **¿Qué significa emprender?**

# ¿Qué significa emprender?

Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

RAE



**Cómo te imaginas el perfil de una persona  
emprendedora**

**¿Qué habilidades y capacidades debe tener?**

**Vamos a buscar en internet**

**¿Puede tener todas esas capacidades y habilidades una sola persona?**

**El emprendimiento debe ser en colectivo**

# Perfil de la persona emprendedora en España

- En España solo emprende el **6,8% de la población**
- El 62% de las mujeres y el 53% de los hombres, emprenden porque el trabajo escasea, siendo la esta la principal motivación para emprender.
- Siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) tiene más de 35 años. En los niveles de máster y doctorado, la actividad emprendedora es superior a la del resto de niveles educativos
- 8 de cada 10 orientan sus iniciativas al sector de los servicios

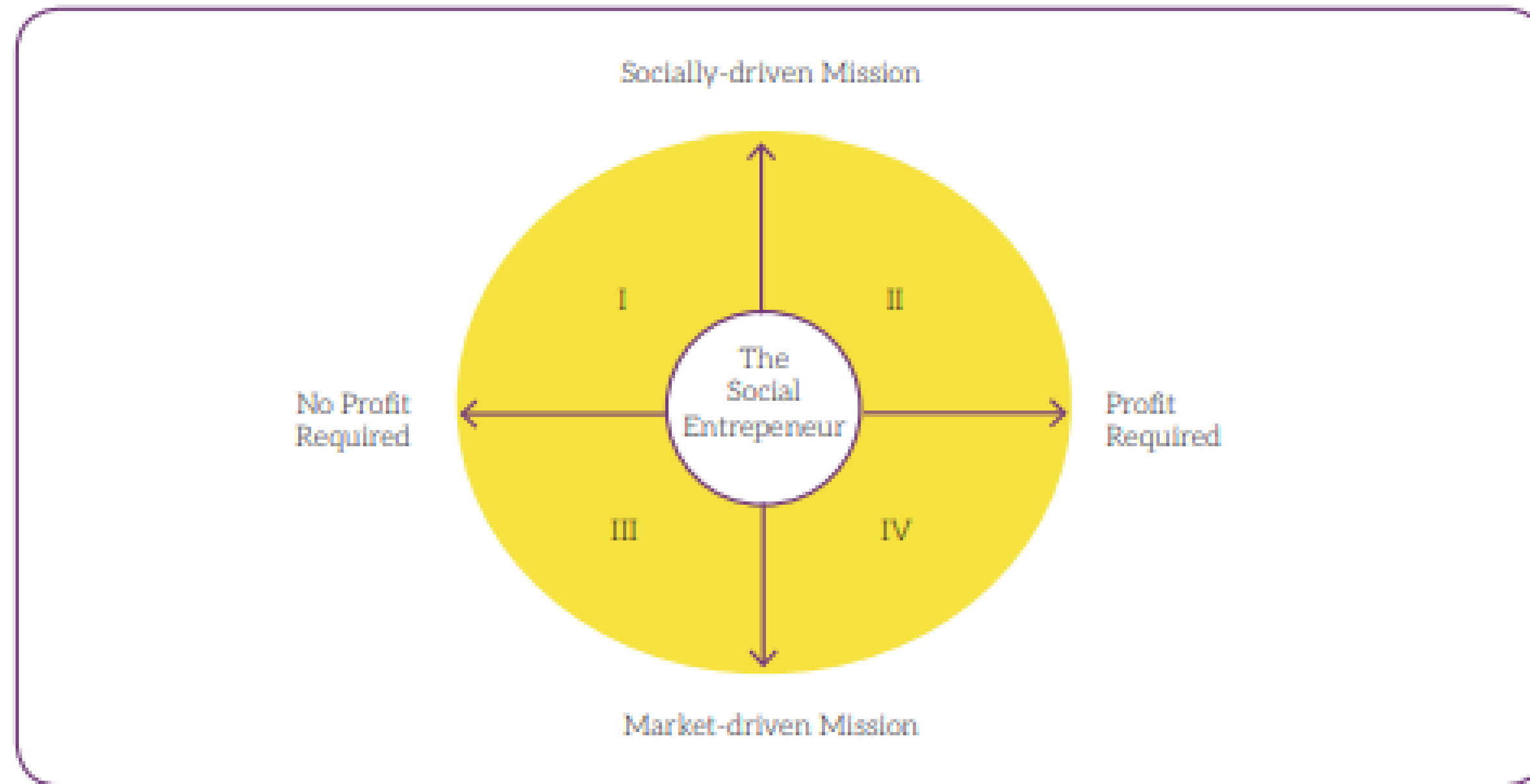
Datos del Informe GEM 23-24 España

# Emprender y la ESS

**¿Qué es el emprendimiento social?**

# Emprender y la ESS

**Figura 1: Matriz de emprendimiento social de Massetti**



**Fuente:** (Massetti, 2008).

# Emprender y la ESS

¿Qué significa poner en marcha un proyecto desde la ESS?

- Que tenga integrado los principios de la ESS.
- Que incorpore la manera de crear un valor social y/o medioambiental, enfoque de género, y no olvide la viabilidad económica.
- Es decir que genere cambios positivos tanto en el grupo que lo promueve como en la comunidad en la que se haya inserta.

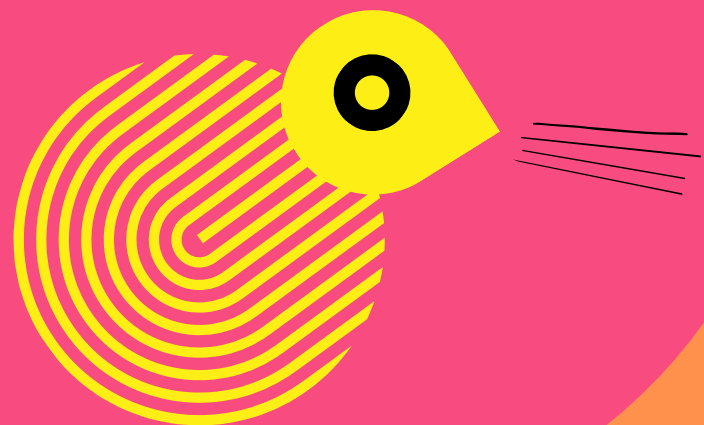
# Emprender y la ESS

Desde EsF, creemos en el emprendimiento como **una herramienta de transformación social** que contribuye al desarrollo económico, social y cultural del territorio donde se lleva a cabo

# ¿Qué es la Economía?

“Es la ciencia social que estudia la mejor forma de asignar **recursos escasos** entre **fines alternativos** para satisfacer las **necesidades humanas**”

Lionel Robins



¿Qué son las necesidades?

¿Creéis que son las mismas en todo el mundo?



Economistas  
sin Fronteras

# Max-Neef (Desarrollo a Escala Humana)

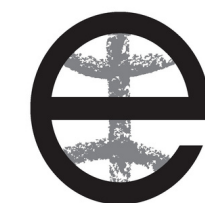
Las necesidades son **finitas, pocas y clasificables**.

**Son las mismas** en todas las culturas y en todos los periodos históricos

Cambia la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades **“satisfactores”**

Tipos de satisfactores: destructores, pseudo-satis, inhibidores, singulares y **sinérgicos**.

| Necesidades   | Ser                                                                                        | Tener                                                                                                              | Hacer                                                                                   | Estar                                                                                                          |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Subsistencia  | Salud física y mental, equilibrio, solidaridad, humor adaptabilidad                        | Alimentación y abrigo                                                                                              | Alimentar, procrear, descansar, trabajar.                                               | Entorno vital y social                                                                                         |
| Protección    | Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad                                 | Seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, derechos                                                     | Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender                                 | Contorno vital, contorno social, morada.                                                                       |
| Afecto        | Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, pasión, voluntad, humor         | Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines                                                | Acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar.                   | Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro.                                                           |
| Entendimiento | Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad | Literatura, maestros, método, políticas educativas,                                                                | Investigar, educar, estudiar, experimentar, realizar, meditar, interpretar              | Ámbitos de interacción formativa: escuelas, universidades, academias, comunidades, familia.                    |
| Participación | Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, convicción, entrega, respeto, pasión             | Derechos, responsabilidad, obligaciones, atribuciones, trabajo.                                                    | Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar. | Ámbitos de interacción participativa: cooperativas, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familia. |
| Ocio          | Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad.               | Juegos, espectáculos, fiestas, calma.                                                                              | Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, relajarse, divertirse, jugar.            | Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes.                               |
| Creación      | Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, autonomía, inventiva.                   | Habilidades, destrezas, método, trabajo.                                                                           | Trabajar, inventar, idear, construir, diseñar.                                          | Ámbitos de producción, talleres, ateneos, espacios de expresión, libertad.                                     |
| Identidad     | Pertenencia, coherencia, diferencia, autoestima.                                           | Símbolos, lenguaje, hábitos, costumbres, grupos de referencia, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo. | Comprometerse, integrarse, definirse, conocerse, reconocerse, crecer.                   | Entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia,.                                                          |
| Libertad      | Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, apertura, determinación, rebeldía,                | Igualdad de derechos                                                                                               | Discrepar, diferenciarse, optar, conocerse, asumirse                                    | Plasticidad espacio – temporal.                                                                                |



**Parte 3.**

**Herramientas hackeadas  
para emprender en la ESS**



¿OS ANIMÁIS DAR VUELTA LA  
TORTILLA AL  
EMPRENDIMIENTO?

¿OS ANIMÁIS DAR VUELTA LA  
TORTILLA AL  
EMPRENDIMIENTO?

HERRAMIENTAS  
HACKEDAS  
PARA  
EMPRENDER  
EN  
LA ESS



Economistas  
sin Fronteras

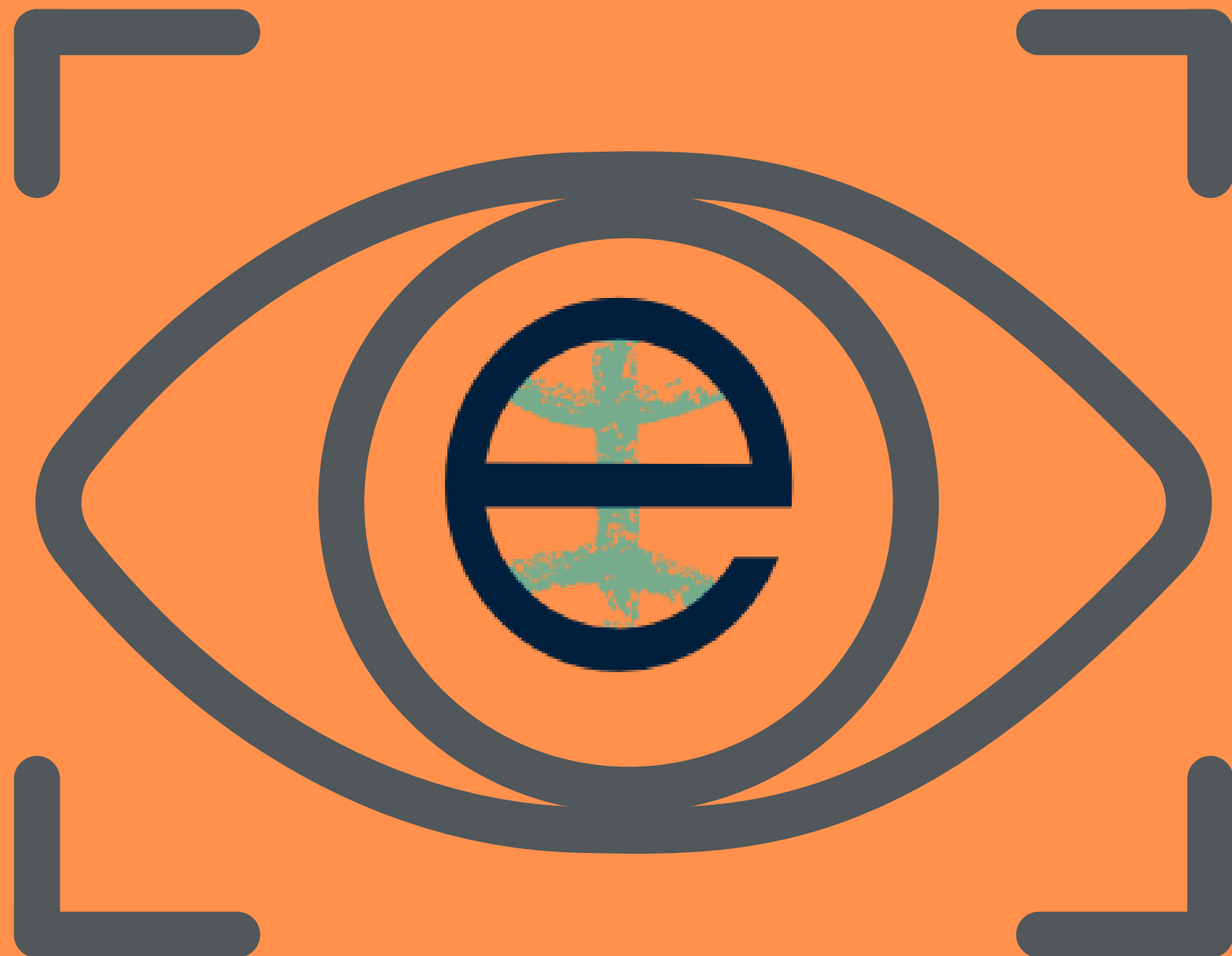
# Modelo CANVAS

- Método innovador y muy simple
- No es sustitutivo del plan de negocio, es previo y complementario
- Creamos modelos de negocio, nos aproximamos y “aterrizamos” la idea de negocio
- Es un “lienzo” grafico donde detallamos desde la idea de negocio, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de ponerla en marcha
- Es una herramienta muy práctica ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas de la viabilidad de tu negocio

# Modelo CANVAS



# NUESTRO ENFOQUE



## 1) IMPACTO SOCIAL

Generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo .

**Ejemplo:** nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.

## 2) IMPACTO AMBIENTAL

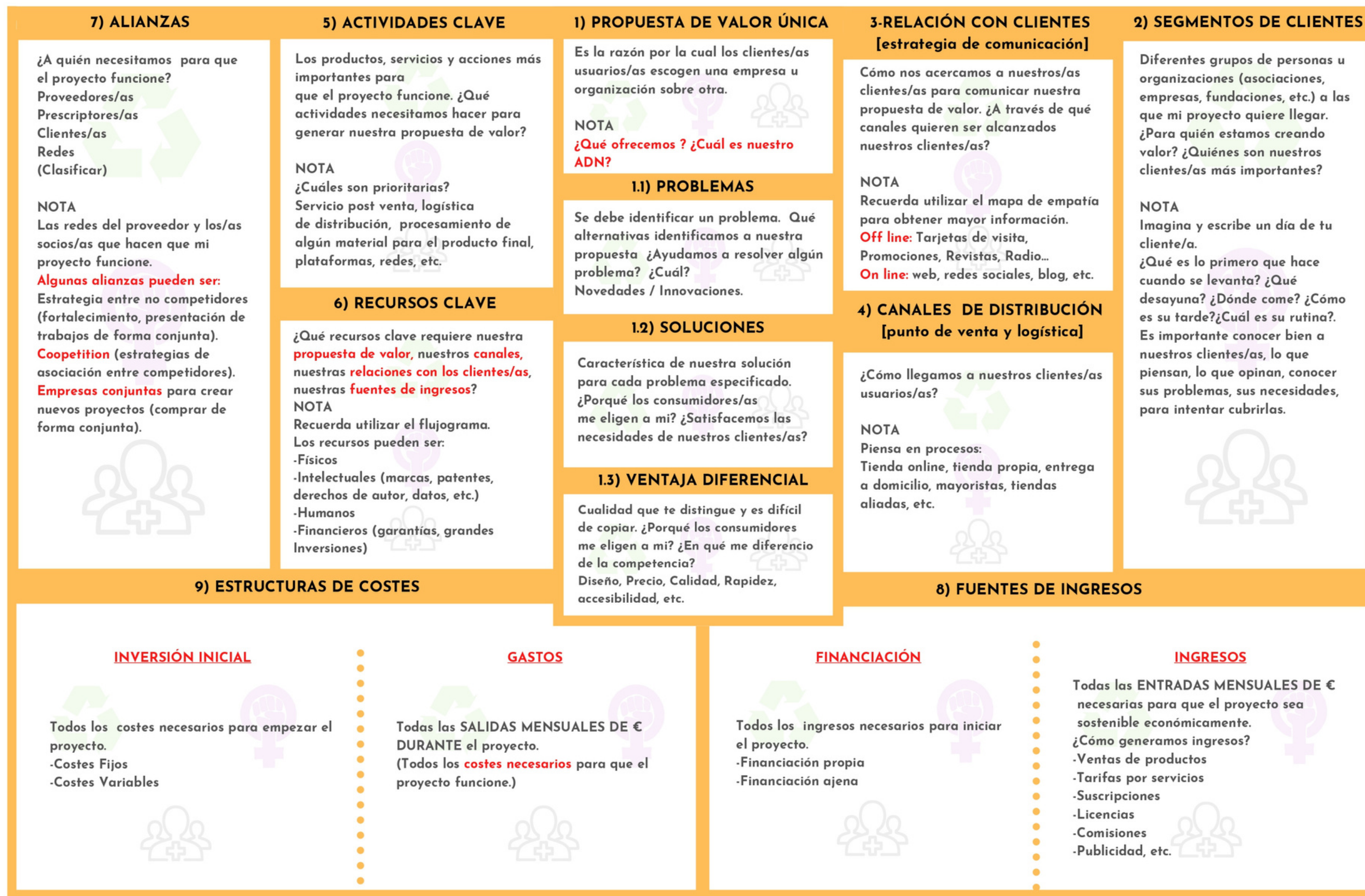
La iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental (local, estatal, autonómica e internacional) al desarrollar su actividad.

**Ejemplo:** ¿nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?

## 3) ENFOQUE DE GÉNERO

Nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad.

**Ejemplo:** nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?



**IMPACTO AMBIENTAL**

La iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. Ejemplo: ¿nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?



**ENFOQUE DE GÉNERO**

Nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad.  
Ejemplo: nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?



**IMPACTO SOCIAL**

Generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo.  
Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con discapacidad o de exclusión social.



# ¿Cómo recomendamos trabajar el CANVAS

- Siempre en equipo
- Conducirlo con un ejemplo y lanzar preguntas inspiradoras en cada apartado
- Trabajamos con post-it, no escribimos en la plantilla
- Parte por parte, explicamos cada apartado, mostramos nuestro ejemplo y damos tiempo para trabajarlo ¿Qué? ¿A quién? ¿Cómo? y ¿Cuánto?
- Presentar el CANVAS al final de la sesión

# ¿Qué?

## 1) PROPUESTA DE VALOR ÚNICA

Es la razón por la cual los clientes/as usuarios/as escogen una empresa u organización sobre otra.

NOTA

¿Qué ofrecemos ? ¿Cuál es nuestro ADN?

### 1.1) PROBLEMAS

Se debe identificar un problema. Qué alternativas identificamos a nuestra propuesta ¿Ayudamos a resolver algún problema? ¿Cuál?  
Novedades / Innovaciones.

### 1.2) SOLUCIONES

Característica de nuestra solución para cada problema especificado. ¿Porqué los consumidores/as me eligen a mi? ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes/as?

### 1.3) VENTAJA DIFERENCIAL

Cualidad que te distingue y es difícil de copiar. ¿Porqué los consumidores me eligen a mi? ¿En qué me diferencio de la competencia?  
Diseño, Precio, Calidad, Rapidez, accesibilidad, etc.

Aquí podemos trabajar sobre las necesidades

¿Qué son? ¿Son las mismas en todo el mundo?

Necesidades



Satisfactores

Emprendimiento como un  
satisfactor sinérgico

# Ejemplo: Albergue Juvenil San Fermín

## 1.PROPUESTA DE VALOR ¿QUÉ?

¿Existe alguna devolución al entorno? satisfacemos alguna necesidad ..

Albergue juvenil ubicado en Madrid que promulga con los valores de la ESS.

El beneficio obtenido se utiliza para realizar actividades de carácter social en el barrio



# PREGUNTAS CON IMPACTO PARA TRABAJAR EN LA PROPUESTA DE VALOR

- ¿Qué principios de la ESyS estamos aplicando en nuestra propuesta de valor?
- ¿Tiene nuestra propuesta de valor un impacto positivo en nuestra comunidad?
- ¿De qué manera contribuimos al cuidado del medioambiente con nuestro producto o servicio?
- ¿Continúa con los roles de género?
- ¿Contribuye nuestro producto o servicio a la sostenibilidad de la vida?
- ¿Incorpora la dimensión del cuidado nuestro servicio o producto?

# ¿A quién?



## 3-RELACIÓN CON CLIENTES [estrategia de comunicación]

Cómo nos acercamos a nuestros/as clientes/as para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes/as?

### NOTA

Recuerda utilizar el mapa de empatía para obtener mayor información.

**Off line:** Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio...

**On line:** web, redes sociales, blog, etc.

## 4) CANALES DE DISTRIBUCIÓN [punto de venta y logística]

¿Cómo llegamos a nuestros clientes/as usuarios/as?

### NOTA

Piensa en procesos:

Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliadas, etc.

## 2) SEGMENTOS DE CLIENTES

Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar. ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes/as más importantes?

### NOTA

Imagina y escribe un día de tu cliente/a.

¿Qué es lo primero que hace cuando se levanta? ¿Qué desayuna? ¿Dónde come? ¿Cómo es su tarde? ¿Cuál es su rutina?. Es importante conocer bien a nuestros clientes/as, lo que piensan, lo que opinan, conocer sus problemas, sus necesidades, para intentar cubrirlas.



## 2. SEGMENTOS DE CLIENTES ¿A QUIÉN?

Jóvenes con inquietudes sociales y entidades del tercer sector, con una renta media-baja.

Estudiantes de bachiller, grado y universidad  
Personas que militan en movimientos sociales

Herramientas: mapa de empatía  
Estudio de mercado

# PREGUNTAS CON IMPACTO PARA TRABAJAR EN EL A QUIÉN

- ¿Nos comunicamos con nuestra clientela de una forma consciente y eficiente? ¿Qué y cuantos recursos usamos para ello?
- ¿Priorizamos los canales cortos y directos y los medios de transporte sostenibles?
- ¿Qué tratamiento del medioambiente tienes nuestras empresas intermediarias?
- ¿Vamos a utilizar un lenguaje inclusivo? ¿Utilizamos un lenguaje no sexista? ¿Se tiene en cuenta la brecha tecnológica?
- ¿Es accesible nuestro producto y servicio para todos los colectivos de personas?
- ¿Es un espacio abierto a todas las personas y transgeneracional?

# **ALGUNOS EJEMPLOS DE ACCIONES CONCRETAS**

- Ofrecer información del producto (con transparencia y sencillez)
- Proveedores lo más cercanos posibles. KM 0.
- Reducir la publicidad agresiva que incita al consumo innecesario
- Reducción de plásticos en los envases
- Packaging sostenible

## 7) ALIANZAS

¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione?

Proveedores/as  
Prescriptores/as  
Clientes/as  
Redes  
(Clasificar)

### NOTA

Las redes del proveedor y los/as socios/as que hacen que mi proyecto funcione.

**Algunas alianzas pueden ser:**

Estrategia entre no competidores (fortalecimiento, presentación de trabajos de forma conjunta).

**Coopetition** (estrategias de asociación entre competidores).

**Empresas conjuntas** para crear nuevos proyectos (comprar de forma conjunta).



## 5) ACTIVIDADES CLAVE

Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor?

### NOTA

¿Cuáles son prioritarias?

Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, redes, etc.

## 6) RECURSOS CLAVE

¿Qué recursos clave requiere nuestra **propuesta de valor**, nuestros **canales**, nuestras **relaciones con los clientes/as**, nuestras **fuentes de ingresos**?

### NOTA

Recuerda utilizar el flujograma.

Los recursos pueden ser:

- Físicos
- Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.)
- Humanos
- Financieros (garantías, grandes Inversiones)

# ¿CÓMO?

# 5. ACTIVIDADES CLAVE ¿CÓMO?

Actividades antes, durante y después

## 5) ACTIVIDADES CLAVE

Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor?

### NOTA

¿Cuáles son prioritarias?

Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, redes, etc.

Para comenzar: licencias de apertura, adecuación del local, alta como cooperativa.

Durante:

- Hospedaje individual y de grupos,
- Alquiler de salas para formaciones/talleres
- Alquiler de espacio para eventos
- Servicio de restauración
- Formaciones y actividades para la comunidad

Post: gestión de residuos, eficiencia energética, carné de alberguista

# 6. RECURSOS CLAVE ¿CÓMO?

Instalaciones, mobiliario y equipamiento.  
Personas contratadas y voluntarias.  
Página web y ordenadores (software libre)  
Financiación Banca ética

## 6) RECURSOS CLAVE

¿Qué recursos clave requiere nuestra **propuesta de valor**, nuestros **canales**, nuestras **relaciones con los clientes/as**, nuestras **fuentes de ingresos**?

### NOTA

Recuerda utilizar el flujograma.

Los recursos pueden ser:

- Físicos
- Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.)
- Humanos
- Financieros (garantías, grandes Inversiones)

Físicos/materiales (¿Son de segunda mano? Son sostenibles)

Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.)

Humanos (son del mercado social los proveedores, son cooperativas, cómo es la repartición del género...)

Financieros (garantías, avales...): ¿Usamos la banca ética, el crowdfunding...?

## 7) ALIANZAS

¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione?

Proveedores/as

Prescriptores/as

Clientes/as

Redes

(Clasificar)

### NOTA

Las redes del proveedor y los/as socios/as que hacen que mi proyecto funcione.

**Algunas alianzas pueden ser:**

Estrategia entre no competidores (fortalecimiento, presentación de trabajos de forma conjunta).

**Coopetition** (estrategias de asociación entre competidores).

**Empresas conjuntas** para crear nuevos proyectos (comprar de forma conjunta).



# 7. ALIANZAS ¿CÓMO?

**Intercooperación:** ceder o cobrar menos por el espacio a entidades afines para hacer charlas y talleres. Esto promueve que la gente venga y conozca el espacio.

**Cooperación frente a competencia:** Alianza con otros albergues juveniles de España y Europa

**Proveedores del tercer sector:** empresas de inserción para el comedor y la limpieza

Herramientas: benchmarking, bases de datos de entidades afines

# Preguntas con impacto para el CÓMO

¿Cuál es la estructura/ modelo de empresa de nuestro emprendimiento social y solidario? ¿De qué manera se ha hecho la división de las funciones y los roles?

¿Cómo optimizamos el diseño de nuestro producto para alargar su vida útil?

¿Cómo medimos y reducimos el impacto socioambiental de nuestra cadena de producción?

¿Qué medidas se prevén para el uso eficiente de los recursos y la reducción de generación de residuos en todas las fases del proceso? ¿Utilizamos recursos nuevos o de segunda mano?

¿Fomentamos la cooperación con entidades de nuestro entorno?

¿Qué medidas de la ESS tienen nuestras empresas proveedoras/aliadas?

¿Se va a garantizar que la toma de decisiones sea de forma equitativa? ¿La estructura y funcionamiento garantiza medidas de corresponsabilidad?

# ACCIONES CONCRETAS

Organigrama horizontal

Priorizar proveedores locales y de la ESS. Podemos buscar en la web del mercado social de nuestra CCAA

Calcular la huella de carbono. Después reducir y compensar

Ecodiseñar el producto/servicio desde el principio

Eficiencia energética en instalaciones

Diseñar y gestionar desde el origen con principios de economía rosquilla

# 8 y 9- ¿CUÁNTO?

## 8) FUENTES DE INGRESOS

### FINANCIACIÓN

Todos los ingresos necesarios para iniciar el proyecto.

- Financiación propia
- Financiación ajena

### INGRESOS

Todas las ENTRADAS MENSUALES DE € necesarias para que el proyecto sea sostenible económicamente.

¿Cómo generamos ingresos?

- Ventas de productos
- Tarifas por servicios
- Suscripciones
- Licencias
- Comisiones
- Publicidad, etc.

## 9) ESTRUCTURAS DE COSTES

### INVERSIÓN INICIAL

Todos los costes necesarios para empezar el proyecto.

- Costes Fijos
- Costes Variables

### GASTOS

Todas las SALIDAS MENSUALES DE € DURANTE el proyecto.

(Todos los **costes necesarios** para que el proyecto funcione.)

# PREGUNTAS CON IMPACTO PARA TRABAJAR EN EL CUANTO

- ¿Nos financiamos a través de las finanzas éticas?
- ¿Cómo calculamos el precio de nuestro trabajo? Plan de viabilidad,....
- ¿Ese cálculo de valor tiene en cuenta el trabajo que queda fuera, el de cuidados?
- ¿Fijamos precios diferentes o planificamos acciones gratuitas para colectivos vulnerables?
- ¿Apoyamos otras iniciativas con los beneficios empresariales?
- ¿Existe igualdad en la remuneración? ¿Salarios equitativos?

# **Parte 4.**

## **Experiencias inspiradoras**

# Mercados Sociales: ENLACE

Red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos.

Iniciativa promovida por REAS Red de Redes. La intención es generar redes territoriales de apoyo mutuo e interconectar las diferentes iniciativas económicas en un circuito económico compartido y coherente con los valores compartidos.



+  
-

Busca el nombre de una entidad

Buscar

ELIGE SECTOR

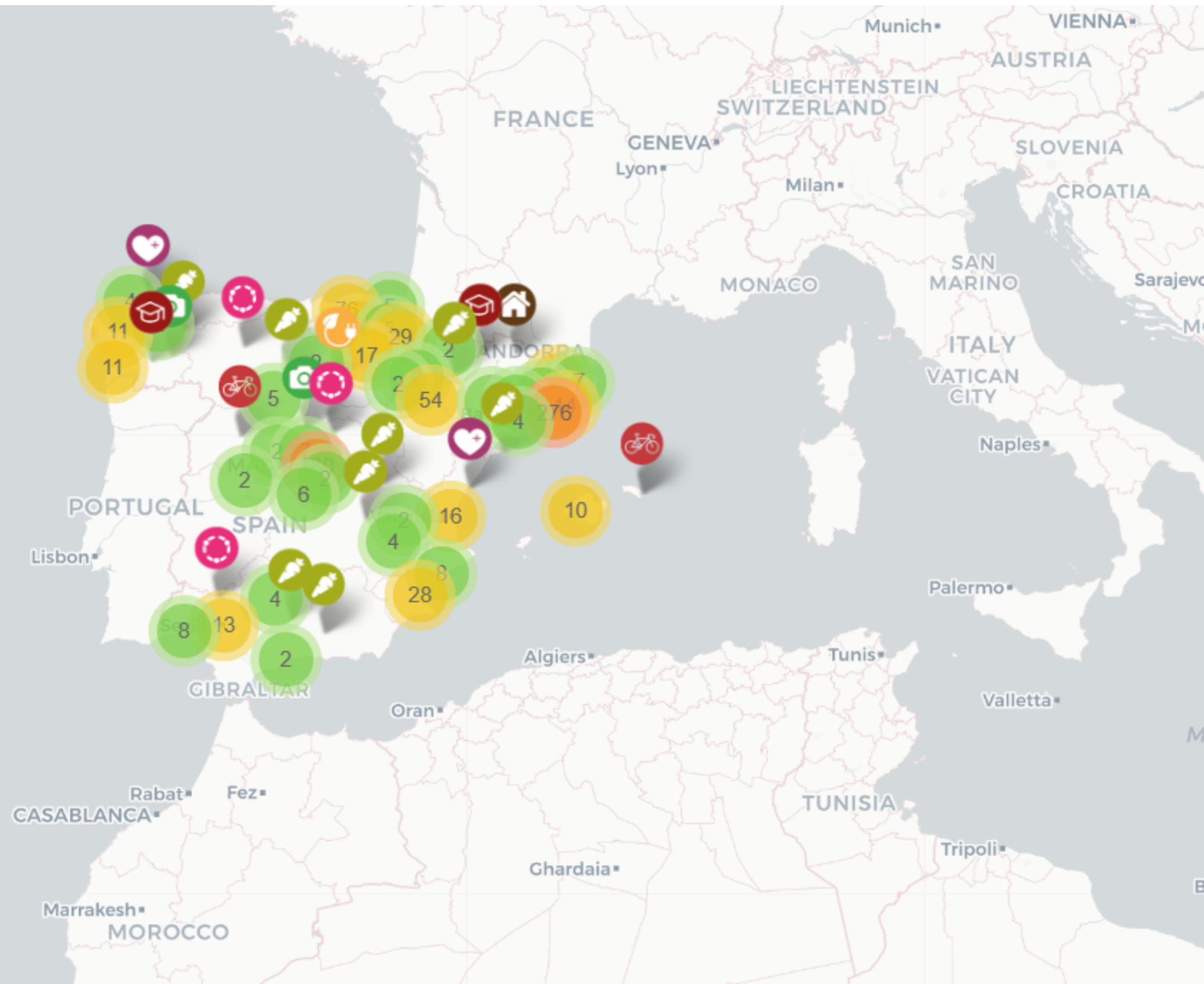
TODOS LOS SECTORES

ELIGE MERCADO SOCIAL

Todos los mercados

ELIJE POR BALANCE

Todas las opciones



# Fiare Banca Ética: ENLACE

- Banco cooperativo que trabaja por el interés colectivo.
- Financian exclusivamente proyectos que producen impactos sociales y ambientales positivos.
- Las finanzas éticas y solidarias son aquellas que hacen compatible la rentabilidad económica y financiera con la consecución de objetivos sociales y ambientales.
- Las entidades que trabajan desde la ética financiera realizan actividades para transformar la economía.



# Som Connexió-telefonía consciente: ENLACE

- Compañía de telefonía que además es un proyecto de transformación social, en el que la persona es miembro de la cooperativa y participa de las decisiones conjuntamente.
- Forman sobre los impactos sociales (ciberacoso, fraudes digitales...) y ambientales (CO2 generado por los servidores, materiales contaminantes de los dispositivos...) de las telecomunicaciones.
- Apuestan por la reutilización de móviles e infraestructuras, para que el impacto ambiental sea mínimo.



# A Árbore-Supermercado Cooperativo: ENLACE

- Los supermercados cooperativos son cooperativas y asociaciones de consumo y se constituyen como espacios donde las personas deciden sobre su propia alimentación.
- La mayoría de productos son ecológicos y locales, apostando por pequeños/as productores/as.
- No hay ánimo de lucro, así que los beneficios se reinvierten en bajar los precios, sin comprometer a los proveedores/as.
- Los supermercados pertenecen a sus consumidores/as, quienes deciden y gestionan todo.



# La Corriente-Energía Renovable: ENLACE

- Cooperativa de comercialización de energía eléctrica 100% renovable que apuesta por un modelo energético sostenible y justo que beneficie tanto al cooperativista como a la sociedad y el planeta.
- Las personas que participan son copropietaria/o de una empresa energética que apuesta por las renovables en la economía social.
- Permite consumir tu propia energía 100% renovable, formar parte de las decisiones de la cooperativa y participar de la transición hacia un sector energético más democrático y ciudadano.



# Ekiwi-Movilidad sostenible: ENLACE

- Desarrollan sistemas de movilidad compartida 100% eléctricos como carsharing o motossharing.
- Realizan acciones de divulgación y concienciación sobre los actuales problemas de movilidad y sus posibles soluciones.
- Colaboran con entidades públicas para elaborar estudios de necesidades de movilidad.



# Más experiencias reales de Economía Social y Solidaria



**EcoEko:**  
**Cosmética**

BÁSICOS DE SIEMPRE, SOSTENIBLES COMO NUNCA  
**DICHA & HECHO**

**DichayHecho:**  
**Productos limpieza**



**A Palleira:**  
**Turismo sostenible**

# Más experiencias reales de Economía Social y Solidaria



**Entrepatrios: Vivienda cooperativa**



**Deixalles: Reutilización y reciclaje textil**

# **Parte 5.**

## **Recursos para el aula**

# Kit de herramientas de emprendimiento desde las Economías Transformadoras

## Secuencia Pedagógica

1. **Motivar:** detectar los problemas vinculados con nuestro entorno y conocer como están relacionados con la economía, dando sentido a los procesos de aprendizaje



2. **Profundizar:** analizar de forma crítica compartiendo conocimientos. Trata de fomentar la producción colectiva de saberes desde el prisma de las Economías Transformadoras



3. **Transformar:** fomentando una participación activa y crítica, en compromiso con nuestro entorno. Implica involucrar y dar protagonismo al alumnado, ¿Qué se puede hacer?



# Kit de Emergencia de Economía Feminista

En este Kit de Emergencia encontrarás

1

Secuencia pedagógica con  
recursos para impulsar el  
aprendizaje desde las  
Economías  
Transformadoras



2

Ideas para utilizar los  
recursos desde una  
perspectiva crítica y  
transformadora,  
introduciendo el género  
como dimensión de  
análisis



3

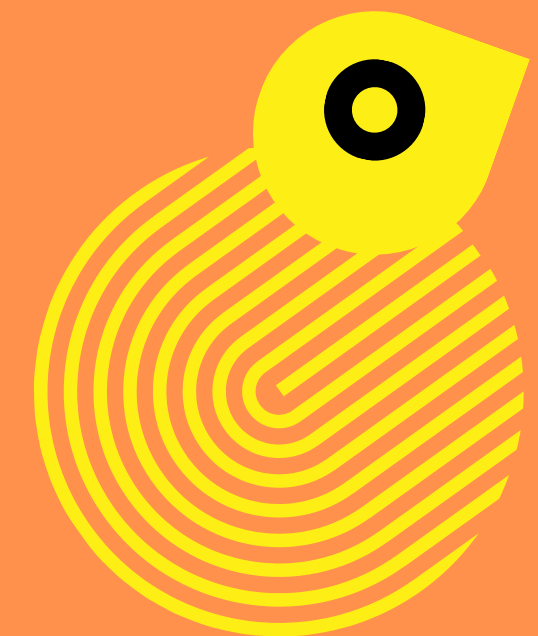
Videografía y Bibliografía  
complementaria para  
preparar las sesiones y  
profundizar en algunos  
temas



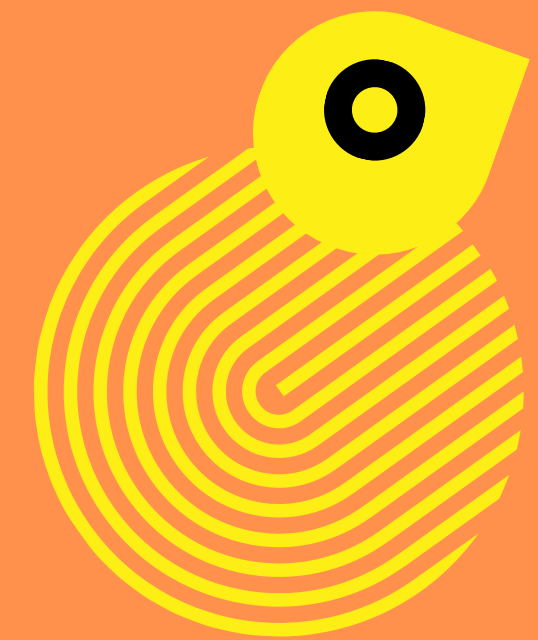
# El Nido, nuestra plataforma online de encuentro entre entidades y personas que promueven la ESS



# Dudas y consultas

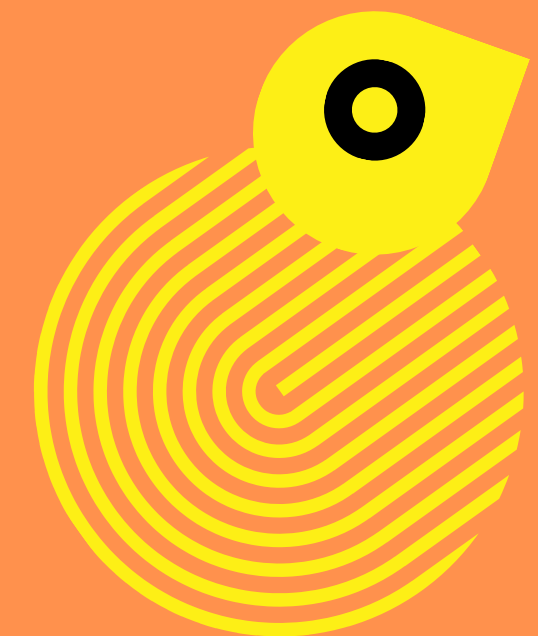


# Parte 6. Cierre



# ¿Cómo podemos llevar todo esto al aula?

- Sensibilizando sobre las consecuencias del sistema neoliberal .
- Dando a conocer las Ec. Transformadoras y los casos de éxito relacionados.
- Incorporando los principios de la ESS en el plan de empresa con el Canvas Social.



# Conclusiones

- La ESS es una forma real de hacer economía para las personas.
- Debemos enfocar el emprendimiento como una herramienta de cambio, siempre en colectivo
- Siendo creativas/os y conociendo las opciones existentes podemos implementar los principios de la ESS en los modelos de negocio

# Bibliografía

- <https://oxfamibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621341/bp-inequality-kills-170122-summ-es.pdf>
- <https://agendapublica.elpais.com/noticia/17669/precariedad-datos-frente-mantras>
- <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/manual-de-emprendimiento-en-economia-social-y-solidaria.pdf>
- <https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2022/02/INFOGRAFIA-AUDITORIA-2021-REAS-ESTATAL-BAJA-RES.pdf>
- <https://www.cepes.es/files/publicaciones/128.pdf>
- <https://www.cepes.es/files/publicaciones/120.pdf>
- <https://www.cepes.es/files/publicaciones/130.pdf>
- <https://www.economiasolidaria.org/>
- <http://www.ripess.org/?lang=es>
- <https://reas.red/>
- <https://reas.red/emprendimiento/>
- Coraggio. Jose Luis. Economía Social y Solidaria "El trabajo antes que el capital"
- Manual de corrientes heterodoxas de Economistas sin Fronteras
- ¿Qué son las Economías Transformadoras? Álvaro Porro
- Dossier EsF n° 31: «Prácticas y herramientas para impulsar la Economía Social y Solidaria. Una reflexión compartida»
- Dossieres EsF n.º 54: «Estrategias, alianzas y soluciones colectivas para los retos actuales del emprendimiento en la Economía Social y Solidaria»
- Guía didáctica de la Economía social y solidaria El maletín de la economía crítica
- Manfred Max-Neef Desarrollo a Escala Humana
- <https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/02/Las-mujeres-en-la-ESS-1.pdf>.
- [https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2023/12/Informe-Emprendimiento\\_ESS\\_Trabajo\\_REAS-RDR.pdf](https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2023/12/Informe-Emprendimiento_ESS_Trabajo_REAS-RDR.pdf)
- <https://reas.red/manuales-de-emprendimiento-en-economia-social-para-distintas-etapas-educativas/>



Economistas  
sin Fronteras



reas

red de redes de economía  
alternativa y solidaria

Muchas gracias  
[www.ecosfron.org](http://www.ecosfron.org)

[www.reas.red](http://www.reas.red)

[www.economiasolidaria.org](http://www.economiasolidaria.org)



@ecosfron @ReasRedes



@economistassinfronteras @reas\_red



@economiaJusta @Reas\_Red