
Reptes i horitzons per a les iniciatives de l'economia social i solidària

*Identificació i dinamització
d'iniciatives d'economia social i
solidària i inserció social*



G CONSELLERIA
O TREBALL, COMERÇ
I I INDÚSTRIA
B DIRECCIÓ GENERAL
/ TREBALL, ECONOMIA
SOCIAL I SALUT
LABORAL



Bauma
S. Coop.

Aquest estudi ha estat finançat per la Direcció general de treball, economia social i salut laboral del Govern de les Illes Balears a través del projecte per a la *identificació i dinamització d'iniciatives d'economia social i solidària i inserció social* i la seva realització és fruit de la col·laboració entre la *Red de redes de economía alternativa y solidaria* (REAS Illes Balears) i la cooperativa de treball associat Bauma, altres perspectives S. Coop.

Agraïm la col·laboració a totes les entitats que han participat en l'estudi: Amics de la terra, APAEMA, APNEEF, Arbres d'Algendar, Arqueonautes, Arç cooperativa, Associació de varietats locals, Associació Fiare Illes Balears, Associació monitors escacs illes balears, Associació Naturalment, Bauma S Coop, Caritas diocesana de Ibiza, Caritas diocesana de Mallorca, Cineciutat, Colonya Caixa Pollença, Cooperativa integral d'Eivissa (CIE), Cooperativa San Crispín, Coordinadora d'ONGD Illes Balears, Ecotxe, Eines x Inserció E.I., Entrepobles, Es Liceu, Escola Mata de Jonc, Fundacions Darder Mascaró, Fundació Deixalles, GEO (Grup d'Educació Alternativa), GOB, Hortus Domi, Matèria persona + entorn + cultura, Naturalfelt, Nau Escola, Nono, espai d'aprenentatge, Oikocredit Catalunya, Ona Mediterrània, Oxfam Intermon, Pep Lemon, REAS Illes Balears, S'altra Senalla, Som Energia, Taller Mestral/ Mestral, botiga solidària, UCTAIB i Zaqueo, així com a aquelles que amb la seva feina promouen una economia més conscient i respectuosa amb les necessitats de les persones i de la Terra.

Novembre del 2017

Reptes i horitzons per a les iniciatives de l'economia social i solidària

Presentació.....	3
Introducció.....	4
Objectius.....	5
Metodologia.....	5
Resultats.....	7
Caracterització.....	7
Inserció social.....	9
Cooperació amb altres iniciatives de l'economia social i solidària.....	9
Escenari ideal per a una major intercooperació.....	10
Visibilitat pública.....	13
Percepció del context de la imatge pública de les iniciatives d'economia social.....	13
Conclusions.....	15
Propostes.....	15
Annexes.....	16
Instrument de recollida de dades.....	16
Constructes elaborats a partir dels valors referenciats en les respostes.....	19
Descriptors de l'escenari ideal d'intercooperació.....	21

Presentació

A les Illes Balears existeixen iniciatives d'economia social i solidària i inserció social que ofereixen productes i serveis amb valors afegits socials, ecològics i ètics per donar resposta al seu objecte social. Ens referim a cooperatives i altres empreses d'economia social, iniciatives de producció agrària ecològica i amb criteris de sostenibilitat ambiental, iniciatives d'economia solidària, inserció social i comerç just, xarxes de consum responsable, iniciatives de desenvolupament local..

A la vegada, una part de la ciutadania i administracions públiques, a través d'actuacions de Compra Pública Ètica, té predisposició a participar d'una forma més activa en el suport a aquesta economia i a desenvolupar pautes de consum més responsable ambientalment i socialment.

Malauradament, moltes d'aquestes empreses i iniciatives són pràcticament ignorades per les administracions públiques i per la majoria dels mitjans de comunicació, són poc conegudes per l'opinió pública i fins i tot hi ha un gran desconeixement mutu entre els seus propis integrants.

És per això que la Xarxa d'Economia Alternativa i Solidària de les Illes Balears (REAS Balears) ha desenvolupat el projecte d'**Identificació i dinamització d'iniciatives d'economia social i solidària i inserció social de les Illes Balears**, a través de la convocatòria per concedir ajuts públics destinats al foment i a la difusió de l'economia social, de la Conselleria de Treball, Comerç i Indústria (BOIB núm. 82, de 6/07/2017).

Amb l'estudi **Identificació i dinamització d'iniciatives d'economia social i solidària i inserció social de les Illes Balears** es pretén identificar aquestes iniciatives per millorar el seu coneixement entre la població en general i afavorir la seva dinamització, tant a través de la seva visibilitat pública com fomentant el coneixement mutu entre els seus integrants per a que puguin intercooperar per satisfer necessitats comunes i compartir recursos, d'acord amb els principis i valors de la intercooperació.

Una major visibilitat i intercooperació pot afavorir la consolidació d'aquestes iniciatives, reforçant el seu efecte multiplicador i l'impacte social i ambiental positiu en la nostra societat, contribuint a la creació i manteniment d'empreses d'economia social i d'ocupació en les mateixes.

Introducció

L'estudi Identificació i dinamització d'iniciatives d'economia social i solidària i inserció social de les Illes Balears s'estructura en quatre apartats:

- **Caracterització de les iniciatives**, per a la millora del coneixement sobre aquestes iniciatives: fórmula jurídica, data de constitució, activitats, nombre de persones treballadores, valors socials que regeixen les decisions i incorporació de valors ecològics.
- **Inserció social**, per a la detecció del potencial de transformació total o parcial de l'activitat en empresa d'inserció, o de la contractació de persones en situació o risc d'exclusió social; així com de les accions de suport social que acompanyes aquestes contractacions i l'impacte sobre les persones en situació de vulnerabilitat contractades.
- **Cooperació entre iniciatives d'economia social i solidària**, identificant: l'actitud actual de les iniciatives enfront de la intercooperació, la influència de diferents factors sobre la relació amb altres empreses i iniciatives d'economia social i solidària, l'escenari ideal per a una major intercooperació, la identificació de les àrees que es podrien veure beneficiades, l'impacte de diferents propostes d'intercooperació, els punts forts del teixit d'economia social i solidària de les Illes Balears, els factors externs percebuts com a amenaces, així com el grau de coneixement d'altres iniciatives d'economia social i solidària.
- **Visibilitat pública**, analitzant: esforç dedicat, possibilitats de millora per tenir una major visibilitat pública, valoració de la possibilitat de crear una imatge cooperativa comuna per a productes i serveis d'iniciatives d'economia social i solidària, atributs d'aquestes iniciatives més ben valorats per la societat, accions o missatges ja existents que es podrien amplificar o fer més visibles, factors externs que posin en entredit l'economia social i solidària i identificació de rumors o comentaris negatius.

El capítol de metodologia descriu els aspectes metodològics de l'estudi, fet a partir d'un qüestionari *ad-hoc*.

A l'anàlisi de resultats es mostren els gràfics dels diferents aspectes analitzats i la seva explicació, mentre que les dades estadístiques dels diferents resultats es mostren com a annex.

Finalment, la informació més rellevant a l'objecte de l'estudi obtinguda de l'anàlisi de resultats es presenta en forma de conclusions i propostes; amb l'objectiu de contribuir a la dinamització del sector i a la consolidació de l'ocupació generada.

Objectius

- Disposar d'un diagnòstic d'iniciatives d'economia solidària i inserció social a les Illes Balears a través del mapeig d'iniciatives per millorar el seu coneixement: dades generals, fórmules jurídiques, nombre de persones treballadores, presència territorial, valors socials, ecològics i ètics que presenten, polítiques d'inserció social, dificultats i oportunitats de la intercooperació i visibilitat pública...
- A partir del diagnòstic, disseny d'un informe de propostes de dinamització del sector per contribuir a la seva consolidació i a la de l'ocupació que generen a través d'actuacions innovadores d'intercooperació i de visibilitat pública conjunta.

Metodologia

Aquest estudi es desenvolupa dins un procés que cerca reforçar la cohesió de l'economia social de les Illes Balears. Després de dues fires del Mercat social, el passat mes de juny es va organitzar una trobada a Mallorca per tal de valorar quines accions donarien millor resposta a les necessitats actuals. En aquella trobada es va concloure que tot i que la fira es considerava d'utilitat per millorar la visibilitat pública del sector, calia trobar la manera de treballar la cooperació entre iniciatives i reforçar així els vincles i la possibilitat de projectes de major escala.

Després de l'estiu va sorgir la possibilitat de dur a terme aquest estudi, amb el que hem recollit informació valuosa per continuar el procés de treball amb altres trobades i noves accions.

Per tal d'obtenir una imatge representativa de la diversitat de les iniciatives de l'economia social de les Illes, vam incloure no només les que havien participat en alguna de les dues primeres edicions de la fira, sinó d'altres que, per la seva recent creació o pel fet de tenir la seu a les altres illes de la comunitat autònoma. D'aquesta manera, vam convidar a participar a un centenar d'entitats de diferent tipus que comparteixen un conjunt de valors socials, ecològics i socials que les diferencien de les iniciatives de l'economia mercantil.

Amb la intenció d'explorar tres grans dimensions: la inserció social, la visibilitat pública i la cooperació entre iniciatives, vam elaborar un qüestionari en línia (veure annex).

El primer contacte amb totes les iniciatives es va fer per correu electrònic. Quinze dies més tard vam enviar un recordatori a les que encara no havien respost el qüestionari. Un mes després del primer enviament vam començar amb els contactes telefònics per animar a les iniciatives que encara no havien respost. Amb aquestes telefonades ens hem adonat que hi ha hagut un bon nombre d'iniciatives que, pel fet de no sentir-se identificades amb l'economia social, havien considerat innecessari respondre el qüestionari. En molts d'aquests casos, després de donar arguments per defensar el sentit d'incloure-les, les iniciatives sí van acabar responnent al qüestionari.

El qüestionari inclou preguntes obertes i tancades, totes de caràcter qualitatiu. El processament de dades s'ha fet amb l'ajuda de programari estadístic per a les preguntes tancades. Per facilitar l'anàlisi de les preguntes obertes hem procedit a categoritzar-ne les respostes, tot cercant conceptes i expressions iguals o altament similars per poder extreure'n després les freqüències.

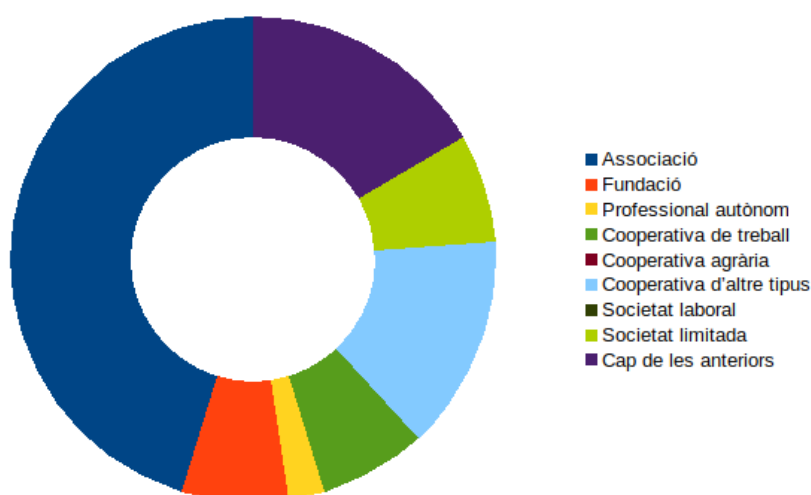
Per tal d'elaborar aquest informe, hem volgut redactar un document senzill, descriptiu i accessible que serveixi de document de treball per a les properes trobades emmarcades en el procés de reflexió actual.

Resultats

Caracterització

S'han recollit un total de 42 respostes de 100 entitats convidades a participar.

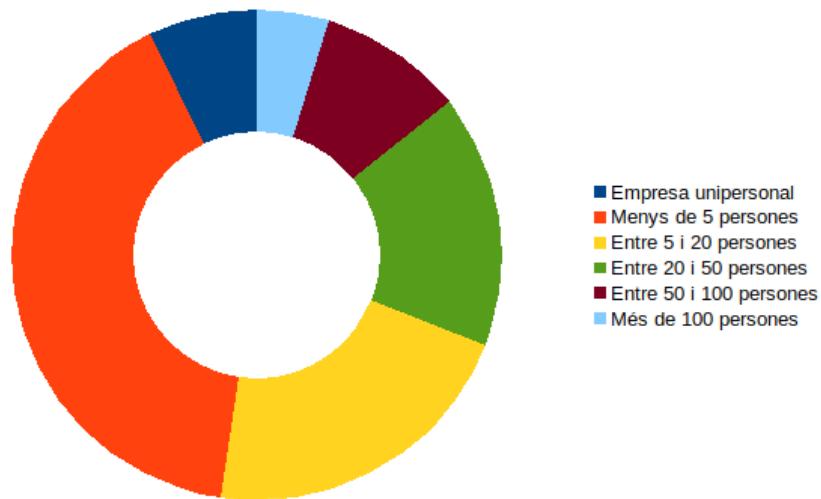
Les entitats participants són majoritàriament associacions (45%), mentre que un 19% té una fórmula jurídica diferent a les proposades al qüestionari. Fundacions, cooperatives de treball i societats limitades representen el 7% cada una i els models cooperatius diferents a l'agrari o el de treball representa un 12%.



Gràfic 1: Distribució de casos per fórmula jurídica

Entre les 42 iniciatives, cobreixen 19 sectors d'activitat diferents. N'hi ha 9 que treballen en més d'un sector. Les activitats més habituals són educació (9%), inserció sociolaboral (9%) i finances (9%), seguides de cultura (7%) i cures (7%). Un 90,5% de les activitats es concentren en el sector terciari (comerç i serveis).

Un 40,5% del total compten amb plantilles de menys de 5 persones assalariades i un 21,4% tenen en plantilla entre 5 i 20 persones. Del conjunt, hi ha dues entitats que superen el centenar de persones treballadores.



Gràfic 2: Distribució de casos per nombre de persones treballadores

Les dates de fundació de les iniciatives mostren per una banda que l'economia social i solidària compta amb anys de recorregut i, per altra, que des de la recent crisi econòmica i en especial en els darrers anys s'han constituït un bon nombre de noves iniciatives.

Taula 1: Dates de constitució

1950+	1960+	1970+	1980+	1990+	2000+	2010+	2015+
2	4	2	6	4	4	11	10 (8 de 2017)

Hem demanat a les diferents iniciatives que identifiquin els seus valors socials, ecològics i ètics per tal de conèixer quins són els que aporten més caràcter a la mostra. En general, en les respostes han utilitzat un vocabulari molt ample que implica unes freqüències molt baixes. En la següent taula es mostren els valors més mencionats per a cada conjunt:

Taula 2: Relació de valors més freqüents per famílies

Valors socials	Valors ecològics	Valors ètics
la participació (7), la democràcia (6), la transparència (6) i la centralitat de la persona (5)	el reciclatge (7)	la solidaritat (8), la transparència (8), la justícia social (5), el respecte (5) i la solidaritat (5)

Si analitzam el total de valors expressats en conjunt, els més mencionats són: Transparència (14), Solidaritat (11), Participació (10), Igualtat (10), Cooperació (8), Reciclatge (7), Respecte (7), Responsabilitat (7), Centralitat de la persona (6), Democràcia (6), Equitat (6) i Justícia social (6).

Si agrupam els valors similars en diferents categories, obtenim uns constructes que ens aporten una apreciació més homogènia del sistema de valors del conjunt de la mostra.

Així, dins el conjunt dels valors socials, les *relacions inclusives i orientades al bé comú* (29 mencions), els *models de governança basats en la pluralitat i el respecte* (21 mencions) i les *garanties socials* (17 mencions), representen els atributs més compartits dins la mostra d'iniciatives que participen d'aquest estudi. Els valors relacionats amb *l'equilibri de les relacions entre gèneres* es mencionen 15 vegades.

Inserció social

Quan se'ls demana sobre si s'han plantejat transformar la seva activitat en empresa d'inserció, només un 26% respon afirmativament. A la vegada, una tercera part de la mostra té o ha tingut contractades persones en risc d'exclusió social. No es dona una relació significativa entre fórmula jurídica i la possibilitat de transformar l'activitat.

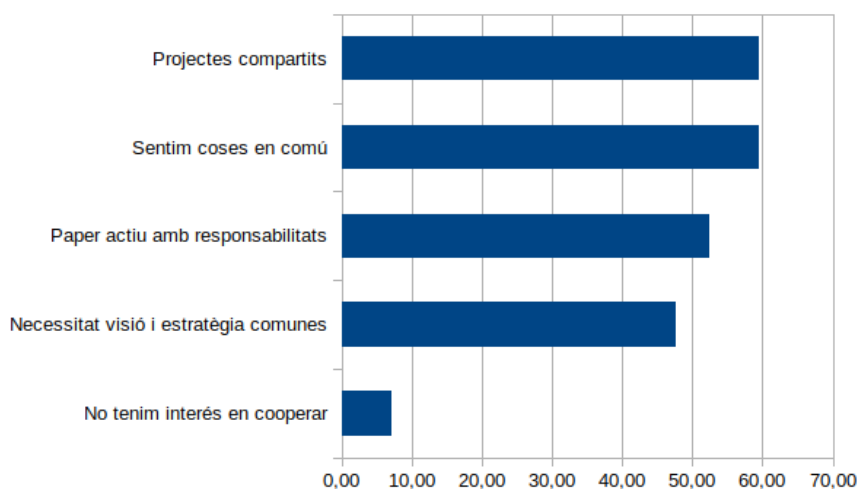
Del conjunt d'empreses que té o ha tingut contractades persones en risc d'exclusió social, un 71% ha acompanyat aquestes contractacions amb accions de suport social. D'entre elles, la més habitual és la formació general i específica (un 71% del conjunt), seguida dels plans de mentoria (un 45% del conjunt), la facilitació d'espais de socialització i el suport a necessitats bàsiques (alimentació, allotjament, higiene...) són menys aplicades, un 40% del conjunt les duu a terme.

En general, la valoració de l'impacte d'aquestes mesures sobre la vida de les persones contractades és molt positiva. Alguns dels testimonis recollits exposen que la contractació d'aquestes persones *"ha garantit una situació estable fins que s'ha pogut optar a la millora del lloc de treball"*, en altres ocasions ha permès *"no haver d'abandonar l'illa"* o *"ha servit de plataforma per tornar a accedir al mercat ordinari i reprendre el compromís amb el propi desenvolupament"*.

Cooperació amb altres iniciatives de l'economia social i solidària

El coneixement d'altres iniciatives de l'economia social es força desigual. En una escala de l'1 al 5 un terç de les iniciatives el valora per sota del 2, un terç amb un 3 i l'altre el valora per sobre de 4.

De les iniciatives enquestades, un 59,5% senten tenir alguna cosa en comú amb altres iniciatives i un 57% diu tenir o haver tingut projectes compartits amb altres iniciatives. La meitat pensa que una visió i estratègia comuna amb altres iniciatives les ajudaria clarament a prosperar. Per contra, només un 7% no té interès en o capacitat per cooperar amb altres iniciatives. Un 52,5% assegura haver assumit un paper actiu i responsabilitats concretes amb altres iniciatives.



Gràfic 3: Actituds actuals més representatives

Quan se'ls demana que valorin la influència de diferents dimensions en la seva capacitat de cooperació, es descarta pràcticament per unanimitat l'efecte de les males experiències en el passat (81% marca 1 sobre 5) i l'efecte de la insularitat (54,8 per sota de 2 sobre 5). En canvi, la manca de temps disponible (un 75% el valora amb un 3 sobre 5) sembla ser el factor de major consens. El desconeixement sobre formes d'intercooperació o l'esforç que demanen els projectes col·lectius no es valoren com a influents sobre la pròpia capacitat de cooperació.

Les males experiències anteriors semblen influir especialment poc en les iniciatives que senten tenir alguna cosa en comú amb altres iniciatives, el 92% valoren la influència d'aquest factor sobre la seva capacitat de cooperació amb un 1 sobre 5; aquest mateix grup, sembla conèixer prou bé com intercooperar amb altres entitats: el 92% valoren per sota de 3 sobre 5 la seva influència, valoració compartida pel 87,5% de les iniciatives que tenen o han tingut projectes compartits amb altres.

1. La manca de temps (3 sobre 5)
2. L'esforç (2,55 sobre 5)
3. El desconeixement de com intercooperar (2,40 sobre 5)
4. La insularitat (2,3 sobre 5)

5. Les males experiències (1,3 sobre 5)

Escenari ideal per a una major intercooperació

A partir de les freqüències de determinats conceptes en les respostes a la pregunta Com descriuriu l'escenari ideal per a una major cooperació entre iniciatives de l'economia social hem construït el següent fragment de text:

Els elements més compartits de l'escenari ideal per a una major intercooperació són el coneixement mutu (10 mencions) entre iniciatives que intercooperen (7) en qüestions com la comercialització conjunta, les compres dins el sector i la no competència interna amb un major suport institucional (5) que es tradueix en donar suport a la creació de valor afegit sobre el producte local i la protecció front a la competència globalitzada i el sobrecost de la insularitat. Aquest escenari ideal ofereix més temps i recursos humans i materials (5) i acull més iniciatives i més diversitat (4) que tenen espais periòdics de trobada (4) i una major visibilitat pública (4). Es donen més projectes comuns (3) i una major identificació i cobertura de necessitats socials i de mercat (3). La sensibilitat de les persones amb poder de decisió (2) també és un element que es valora.

Per tal de complementar aquest escenari ideal, s'ha demanat a les iniciatives quins factors identificaven com a les fortaleses actuals del teixit de l'economia social i quins factors externs dificulten la relació entre les diferents iniciatives que en formen part:

Taula 3: Relació de punts forts i reptes externs identificats

Punts forts	Reptes externs
El coneixement de la realitat	El capitalisme, l'autoritarisme, el mercantilisme i el consumisme.
El conjunt d'iniciatives és reduït però divers i està consolidant el Mercat social.	Es percep una manca de sensibilitat social, poca percepció de l'impacte del consum responsable i falta de reconeixement del dret a l'alimentació.
Genera oportunitats de feina amb garantia	
L'eficiència	
La coherència	La baixa consciència de sector i el desconeixement mutu debilita i repercuteix en una baixa visibilitat, a més hi ha pocs recursos humans disponibles per reforçar les relacions.
La col·laboració entre les iniciatives i la pertinença a xarxes estatals.	
La confiança que es basa en l'experiència i seriositat de les iniciatives, algunes amb una llarga trajectòria, que els dona relativa presència i prestigi; així com la coneixença	La dificultat d'accés als mercats i la competència de la venda a internet.

<p>mútua entre consumidors i productors.</p> <p>La reducció petjada de carboni</p> <p>Desenvolupa una tasca social, amb la implicació de les persones, que contribueix a una societat més responsable, participativa i compromesa.</p> <p>El proposar un model econòmic diferent</p> <p>El ser un territori petit facilita el coneixement i cooperació, sobretot en els pobles, que encara conserven el teixit comunitari.</p> <p>Existeix un grup actiu i resilient de persones conscienciades i implicades, voluntarioses i un cert relleu generacional.</p>	<p>Des de la península, la insularitat es percep com a dificultat afegida.</p> <p>El que les mateixes persones formin part de diverses iniciatives i el desgast personal de les persones molt implicades.</p> <p>Els prejudicis sobre la economia social.</p> <p>8. La dicotomia que es dona entre la ciutat i la part forana.</p> <p>La manca de suport institucional i la inestabilitat de les relacions amb els partits polítics.</p> <p>La manca de temps i de recursos.</p>
--	--

Després de valorar l'impacte que diferents propostes exercirien sobre la intercooperació, les iniciatives consultades les prioritzen en aquest ordre:

1. Posar en marxa negocis o projectes conjunts amb altres entitats, tot compartint recursos (69%).
2. Crear un directori virtual de l'economia virtual (64,5%).
3. Organitzar activitats que promoguin la intercooperació (fires, jornades de portes obertes, compartir experiències, espai de planificació conjunta) (55%).
4. Sumar economies d'escala per accedir a proveïdors en condicions més favorables (40,5%).
5. Crear un sistema de fidelització amb dret a descomptes per als consumidors de l'economia social (38%).
6. Dissenyar instruments de garantia dirigits als consumidors (sistemes d'arbitratge de consum, segells de confiança) (31%).

L'efecte de la intercooperació en les iniciatives tendria un efecte transversal. Del conjunt de respostes, es valora que una major intercooperació beneficiaria a les àrees d'administració, ambiental, comercialització, difusió, econòmica, financera, logística, personal, producció, serveis administratius i social.

Més concretament, algunes de les respostes assenyalen millores com:

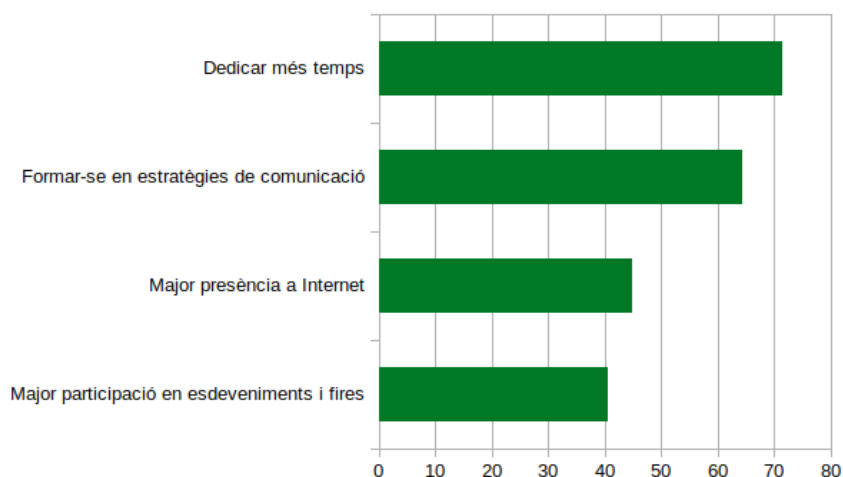
1. Augmentar la influència mediàtica
2. Compartir la captació d'inversions

3. Compartir recursos, espai de treball i coneixements
4. Consolidar el mercat social
5. Establir sinergies i desenvolupar projectes comunitaris
6. Oferir serveis complementaris
7. Reduir l'impacte ambiental
8. Sustentar la intermediació i inserció laboral
9. Tenir una major base social i contingut social

Visibilitat pública

Més de la meitat de la mostra (55%) dedica esforços puntuals i concentrats en el temps a donar-se a conèixer, mentre que una tercera part hi dedica una persona o equip a temps parcial. En general, el rèdit d'aquesta inversió no deixa sorpreses (mitjana de 3,3 sobre 5).

Hi ha un cert acord en que és necessari dedicar més temps (71,4%) i formar-se sobre estratègies de comunicació (64,3) per millorar la visibilitat pública. Els resultats semblen indicar que reforçar la presència a Internet (45%) o una major participació en esdeveniments i fires (40,5%), no és valorat com a massa rellevant per a millorar la visibilitat pública.



Gràfic 4: Accions que podrien millorar la visibilitat pública

La impressió de que una imatge corporativa comuna pugui ser d'utilitat per a la millora de la visibilitat pública no és massa compartida. Mentre que un 40,5% valora la seva creació amb un 4 sobre 5, la mitjana del conjunt supera molt tímidament el 3,2 sobre 5. El 28,5% de la mostra la valora per sota del 2 sobre 5.

Percepció del context de la imatge pública de les iniciatives d'economia social

A la següent taula hem sintetitzat les respostes a les darreres preguntes del qüestionari, amb elles volíem valorar quina és la percepció del context de l'economia social a efectes d'explorar els elements més rellevants per a la construcció d'una estratègia comuna de visibilitat pública.

Taula 4: Debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats per a la imatge pública de l'economia social

Debilitats	Amenaces
<p>Poc suport institucional i ajuda econòmica.</p> <p>Prejudicis com que l'economia social és "poc professional", "idealista" i "més cara".</p> <p>Escassa formació i informació contrastada.</p> <p>És un sector poc consolidat, amb dificultats de coordinació entre iniciatives molt disperses i amb certa endogàmia.</p> <p>Poca consciència social i desconeixement de l'economia social.</p> <p>Esdevenir un rentat de cara però no una opció real.</p> <p>Dificultat per accedir a persones poc sensibilitzades</p>	<p>Alguns estudis que defensen la centralització de la producció i distribució com a opció més ecològica.</p> <p>Competències amb empreses mercantils, grans superfícies i importacions a preus artificialment baixos.</p> <p>Creença de que els immigrants abusen dels recursos i ajuts</p> <p>Creença que <i>sempre guanyen els més rics</i>.</p> <p>Dependència excessiva de les institucions</p> <p>Desconfiança sobre la qualitat dels serveis i productes</p> <p>Dinàmiques de ineficiència voluntària</p> <p>El marc capitalista i la ideologia de lliure mercat, amb una economia orientada al guany.</p> <p>La endogàmia dins el sector</p> <p>La percepció poc impacte o baixa sostenibilitat</p> <p>Normes que protegeixen l'economia capitalista a través de burocràcia.</p>
Fortaleces	Oportunitats
<p>Atenció a les necessitats personals i socials de les persones en risc d'exclusió</p> <p>Cura de les persones i les seves relacions</p>	<p>Les col·laboracions d'àmbit local, la proximitat com a font de coneixement i confiança</p> <p>La creació de llocs de treball de qualitat</p>

El compromís i la coherència amb els principis i valors	La creació oportunitats per persones desafavorides
Espai de participació	Donar valor a l'economia social, quantificant el seu pes i comunicant l'impacte en el territori
L'esforç per l'alliberament del mercat i la creació d'una economia circular	El valor afegit no monetari
La pròpia capacitat de transformació i la il·lusió per una societat més humana	La fira del mercat social
La qualitat i el valor afegit que aporta	La relació amb els mitjans de comunicació
Oferir productes i serveis de proximitat, ecològics i de comerç just	Millorar estratègia de comunicació i la presència a Internet (web i xarxes)
Plantejar alternatives al consum de béns i serveis	Preus ajustat permeten decantar-se per l'economia social
Tenir cura de l'entorn i la Terra	Producte local = millor opció
Tenir cura de les condicions laborals	Projectes innovadors en els que totes les participants hi surten guanyant
Treballar per al bé comú, sense afany de lucre, tot compatibilitzant el rendiment econòmic amb el social	Atendre a la qualitat i les garanties dels productes
	Promoure visites públiques a iniciatives de l'economia social

Conclusions

1. Baixa consciència de pertinença al sector de l'economia social i solidària. Hi ha iniciatives que no s'identifiquen com a tals malgrat que segons els criteris de l'estudi ho siguin.
2. Baix grau de coneixement mutu entre iniciatives d'economia social i solidària, la qual cosa limita el potencial de la intercooperació i d'actuacions de visibilitat pública conjunta.
3. La contractació de persones en situació de risc d'exclusió no és una pràctica habitual i són poques les iniciatives que es plantegen fer-ho de forma sistemàtica. De les que sí que ho fan, totes acompanyen aquesta contractació amb altres mesures que afavoreixen el desenvolupament personal i professional. L'experiència en aquest sentit és ben valorada.

Propostes

1. Treballar per promoure l'autoidentificació com a sector econòmic diferenciat, amb valors compartits.
2. Promoure la formació del sector en relació als principis i valors que el diferencien d'altres empreses.
3. Treballar en missatges comuns vinculats als factors de diferenciació com a sector i avançar cap a una imatge comuna.
4. Afavorir el coneixement mutu entre les iniciatives que integren el sector de l'economia social i solidària.
5. Elaborar directoris del sector, tant per afavorir l'accés de les persones consumidores als seus productes i serveis com per avançar en una imatge comuna i el coneixement mutu.

Annexes

Instrument de recollida de dades

1. Indica la raó social de la vostra empresa
2. Quina és la vostra fórmula jurídica?
 1. Associació
 2. Fundació
 3. Professional autònom
 4. Cooperativa de treball
 5. Cooperativa agrària
 6. Cooperativa d'altre tipus
 7. Societat laboral
 8. Societat limitada
 9. Cap de les anteriors
3. Quin és el vostre CIF/NIE?
4. Indica el nom comercial de la vostra empresa
5. En quina data vos va constituir?
6. Descriu de forma breu les activitats de la vostra empresa.
7. Quantes persones hi treballeu actualment?
 1. És una empresa unipersonal
 2. Menys de 5 persones

3. Més de 5 i menys de 20 persones
4. Més de 20 i menys de 50 persones
5. Més de 50 i menys de 100 persones
6. Més de 100 persones
8. Adreça de l'entitat
9. Correu electrònic públic
10. Telèfon públic
11. Ens pots facilitar els perfils de les xarxes socials que feu servir?
 1. Facebook
 2. Twitter
 3. Youtube
 4. LinkedIn
12. Persona de contacte
13. Correu electrònic
14. Telèfon
15. Quins valors socials regeixen les vostres decisions?
16. De quina manera incorporeu els valors ecològics?
17. Quins valors ètics impregnen la vostra feina?
18. Vos plantejau transformar l'activitat, de forma total o parcial, en empresa d'inserció?
 1. Sí
 2. No
19. He contractat o teniu contractades persones en situació de risc d'exclusió social
 1. Sí
 2. No
20. Acompanyau els contractes amb altres accions de suport social?
 1. Sí
 2. No
21. Quin tipus d'accions realitzau?
 1. Formació general o específica
 2. Espais de socialització
 3. Plans de mentoria o tutorització
 4. Suport a necessitats bàsiques (alimentació, allotjament, higiene...)
 5. Altres
22. Com valoreu l'impacte que aquesta contractació ha tingut en les seves vides?
23. Quines de les següents afirmacions expressa millor la vostra actitud actual?

1. Actualment no tenim interès o capacitat per cooperar amb altres empreses o entitats.
 2. Sentim que tenim alguna cosa important en comú amb les iniciatives de l'economia social i solidària.
 3. Hem assumit un paper actiu i responsabilitats concretes amb altres iniciatives de l'economia social i solidària
 4. Tenim o hem tengut projectes compartits amb altres iniciatives de l'economia social i solidària
 5. Pensam que una visió i estratègia comunes amb d'altres ens ajudaria clarament a prosperar.
24. Entre l'1 i el 5, com valoreu la influència de les següents afirmacions en la vostra relació amb altres empreses de l'economia social i solidària de les Illes?
1. No tenim prou temps disponible per cooperar amb altres empreses
 2. Desconeixem de quines maneres podríem intercooperar amb altres empreses
 3. Els projectes col·lectius demanen molt esforç pels resultats que retornen
 4. Hem tengut males experiències de cooperació i actualment no hi confiem
 5. La insularitat dificulta molt la cooperació
25. Com descriuríeu l'escenari ideal per a una major intercooperació entre iniciatives de l'economia social i solidària?
26. Quines àrees del vostre treball podrien beneficiar-se més de la cooperació amb altres empreses de l'economia social i solidària?
27. Quines d'entre les següents propostes valoreu que podrien tenir més impacte?
1. Posar en marxa negocis o projectes conjunts amb altres empreses, tot compartint recursos (instal·lacions, importacions, formació, serveis de suport...) de l'economia social i solidària.
 2. Organitzar activitats que promoguin la intercooperació entre productors i/o entre productors i grups de consumidors (fires, jornades de portes obertes, compartir experiències, espais de planificació conjunta...)
 3. Crear un directori virtual (estil pàgines grogues) de l'economia social i solidària o un mapa de punts de venda de productes i serveis
 4. Sumar economies d'escala per poder accedir a proveïdors en condicions més favorables
 5. Crear un sistema de fidelització (p. ex. un carnet) amb dret a descomptes per a consumidors d'iniciatives d'economia social i solidària
 6. Dissenyar instruments de garantia dirigits als consumidors (p. ex. adhesió col·lectiva a sistemes d'arbitratge de consum o segells de qualitat basats en la confiança)
28. Quins són, des del vostre punt de vista, els principals punts forts del teixit d'economia social i solidària a les Illes Balears?

29. Podríeu identificar alguns factors externs que dificulten la relació entre iniciatives de l'economia social i solidària i que percebeu com a clares amenaces?
30. Entre l'u i el cinc, com valoreu el vostre coneixement de les demés iniciatives de l'economia social i solidària?
 1. Likert 1-5
31. Tenint en compte temps i diners, quin esforç dedica la vostra empresa a donar-se a conèixer?
 1. No hi dedicam accions específiques
 2. Hi dedicam esforços puntuals concentrats en el temps
 3. Una persona o equip hi dedica part de la jornada laboral
 4. Tenim una persona o equip dedicat a aquesta tasca
32. Quina valoració feis dels resultats d'aquesta inversió?
 1. Likert 1 (Quina valoració feis dels resultats d'aquesta inversió?) - 5 (Les accions han tingut més impacte del què esperàvem)
33. Què podríeu millorar per a tenir una major visibilitat pública?
 1. Dedicar-hi més temps
 2. Tenir més coneixements sobre estratègies de comunicació
 3. Tenir una presència més forta a Internet
 4. Participar en esdeveniments i fires
 5. Altres
34. Com valoraríeu el fet de crear una imatge corporativa comuna per als productes i serveis d'iniciatives d'economia social i solidària
 1. Likert 1 (Penso que una identitat comuna no canviaria gaire la situació actual) - 5 (Penso que treballar una identitat comuna és absolutament necessari)
35. Quins pensau que són els atributs de l'economia social i solidària més ben valorats per la societat?
36. Quines accions, actituds o missatges relacionats amb l'economia social i solidària ja existents es podrien amplificar o fer més visibles?
37. Podeu identificar clarament alguns factors o dinàmiques externes que posin en entredit la validesa de l'economia social i solidària de les Illes Balears?
38. Heu identificat rumors o comentaris despectius envers alguna iniciativa de l'economia social i solidària o el seu conjunt?

Constructes elaborats a partir dels valors referenciats en les respostes

Relacions inclusives i orientades al bé comú			
cooperació	4	intercanvi	1
ajuda mútua	1	generositat	1

solidaritat	3	inserció	1
caritat	3	no discriminació	1
inclusió	3	arrelament social	1
bé comú	2	responsabilitat	2
cohesió social	1	diversitat	1
altruisme	1	honradesa	1
lluita contra la pobresa	1	no afany de lucre	1
Total de mencions			29

Models de governança basats en la pluralitat i el respecte			
democràcia	6	empoderament	1
assemblearisme	3	pluralitat	1
cooperativisme	2	diàleg	1
autogestió	1	horitzontalitat	1
treball en equip	1	suport a la comunitat	1
respecte	2	interès per a la comunitat	1
Total de mencions			21

Garanties socials			
auditories socials	1	inversió responsable	1
avaluació eficaç	1	política de qualitat	1
transparència	6	professionalitat	1
eficiència	2	vocació de servei	1
ètica en la gestió	1	qualitat	1
rendició de comptes	1		
Total de mencions			17

Equilibri de les relacions entre gèneres			
igualtat	3	feminisme	3
igualtat d'oportunitats	3	igualtat d'oportunitats	2
equitat	3	igualtat de gènere	1
Total de mencions			15

Cura dels ecosistemes naturals i culturals			
ecologia	2	dignificar la pagesia	1
ecologisme	2	respecte medi ambient	1
cura de la terra	1	sobirania alimentària	1

sostenibilitat	2	respecte a l'entorn cultural i ecològic	1
cura del medi ambient	1		
Total de mencions			12

Participació i oportunitats de voluntariat			
Participació	7	voluntariat	3
Total de mencions			10

Descriptors de l'escenari ideal d'intercooperació

1. Compres dins economia social, espais de trobada, projectes comuns
2. Menor burocràcia, més simplicitat en les relacions
3. Comercialització conjunta, visibilitat pública conjunta
4. Coneixement mutu, projectes comuns, voluntat política d'intercooperació, auditoria social
5. Diferenciar-se d'una activitat econòmica o mercantil
6. Coneixement mutu, major cobertura de necessitat, més iniciatives locals, sensibilitat dels càrrecs de responsabilitat
7. Coneixement mutu, major cobertura de necessitat, més iniciatives locals, sensibilitat dels càrrecs de responsabilitat
8. Més informació
9. Temps disponible per intercooperar, espais de trobada i recursos treball col·lectiu
10. Major visibilitat pública, més coneixement mutu i intercooperació
11. Major pes, normalitat, acollida dins la societat,
12. Coneixement mutu, necessitat identificades
13. Continuitat compromís mutu entre iniciatives mercat social
14. Transparència, valors cooperatius i motivació per fer
15. Compartir la visió, no competència interna
16. Coneixement mutu, intercanvi en projectes comuns, generar sinergies
17. Coneixement mutu, més persones implicades, més recursos humans i materials, major implicació de les administracions públiques, més espais d'interrelació (Mercat social)
18. Suport institucional
19. Més donacions econòmiques
20. Espais de trobada, major difusió de les iniciatives, activitats educatives per oferir a l'alumnat/ famílies
21. Voluntat, dedicació i temps. Més capital humà i econòmic.
22. Suport a la creació de valor afegit sobre el producte local, protecció front la globalització i el sobrecost de la insularitat
23. Més iniciatives d'economia social i suport de l'administració

24. Més iniciatives, més diversitat, major suport institucional
25. Coneixement mutu, responsabilitat per part de les administracions, major coordinació entre iniciatives
26. Coneixement mutu
27. Iniciatives amb capacitat suficient, visió comú sobre importància de la intercooperació, coneixement mutu

