

Caso de estudio

DiomCoop

#HaciaZAZ2021

#ZAZ2021

#8EMESconf

DIOMCOOP

info@diomcoop.org | <http://diomcoop.org>

REDES SOCIALES

Facebook: <https://www.facebook.com/Diomcoop.org/>

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

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCMt01XxyI5P7OOf03KPb1Fg>

Instagram: <https://www.instagram.com/diomcoop/?hl=es>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/diomcoop-cooperativa/>

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

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

entiende la Ley 05/2011 de Economía Social como el marco legal para las empresas sociales en España.

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 diversas 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 DE LA MIGRACIÓN: EL CASO DE DIOMCOOP

Diomcoop es una empresa de inserción cooperativa, formada por personas que anteriormente se dedicaban a la venta ambulante no autorizada, que quiere dar respuesta de forma sostenible y duradera a las necesidades de inclusión social y laboral de personas inmigrantes en situación de vulnerabilidad. *Djom*, en wòlof, designa la fortaleza interior necesaria para escoger, siempre y en cualquier circunstancia, el camino del bien. Los principales objetivos de Diomcoop son generar una actividad económica de producción, venta y servicio, que favorezca la ocupación laboral de las personas que integran la cooperativa; facilitar la regularización y cobertura de las necesidades y derechos básicos de

las personas participantes en el proyecto y; articular una red de relaciones sociales y económicas en el territorio y en la comunidad que acoge a la cooperativa, buscando también sensibilizar a la ciudadanía mediante charlas, conferencias, documentales y apariciones en los medios de comunicación sobre las dificultades y retos que afrontan las personas migrantes.

Actualmente esta empresa social ofrece diversos servicios y productos entorno a cuatro sectores: gastronomía, servicios, moda y sensibilización y difusión. En relación a la gastronomía Diomcoop ofrece platos y zumos típicos de la cocina de la África subsahariana, contando tanto con un servicio de catering como participando en mercados y con puestos móviles de 'street food'. En el sector servicios la empresa social ofrece servicios de logística, incluyendo producción y gestión de infraestructuras, carga, descarga y distribución de materiales, trabajos en altura, transporte de equipos y mercancías, vaciado de pisos e instalaciones o alquiler y montaje de carpas, y servicios de limpieza en oficinas, comunidades e instalaciones, cristales y vidrios, final de obras y pulimento de suelos y superficies. En el sector de la moda, Diomcoop cuenta con un taller de confección propio, crea, produce y comercializa sus propios diseños, desarrollando su propia marca, Diambaar, y busca apoyar a productores y comerciantes africanos, así como a proyectos de iniciativa social, comprando las telas en África y produciendo en Barcelona. Finalmente, en el ámbito de la sensibilización y difusión Diomcoop desarrolla eventos, proyectos y actividades para 'cambiar la mirada' de la sociedad en relación a la venta ambulante y demostrar que tras 'la manta' hay valores, potencialidades y mucha dignidad.

Diomcoop surge como un proyecto piloto impulsado en el año 2017 por el Comisionado de Economía Cooperativa, Social y Solidaria del Ayuntamiento de Barcelona y Barcelona Activa, con el fin de abordar la problemática de la venta ambulante no autorizada en Barcelona y responder a la necesidad de atender la inclusión socio-laboral de las personas migrantes en esta ciudad. En su origen Diomcoop estuvo formado por 15 socias/os, todas/os de origen sub-sahariano, y 5 personas técnicas que acompañaron a las/os socias/os en la puesta en marcha del proyecto. En septiembre del año 2019 Diomcoop se registra como empresa de inserción en el Departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat de Catalunya. En 2020 la cooperativa sigue formada por 15 socias/os y cuenta con una persona contratada, además durante estos años ha ofrecido empleo temporal para tareas específicas, como por ejemplo en el montaje de espectáculos, a otras personas migrantes en situación de vulnerabilidad.

En relación a la gobernanza de la empresa las personas socias que forman Diomcoop toman las decisiones de forma democrática en una asamblea de socias/os. Además la cooperativa cuenta con un consejo rector y diferentes equipos técnicos/comisiones de trabajo. La participación activa de las/os socias/os en esta estructura cooperativa ha supuesto su progresivo empoderamiento, reflejado en la progresiva retirada del equipo técnico de apoyo que impulsó el proyecto o las reuniones regulares (semanales) entre socias/os, así como del consejo rector y de las comisiones de trabajo.

En términos económicos, Diomcoop es un proyecto que persigue una progresiva sostenibilidad financiera. En este sentido esta empresa social cuenta con un presupuesto superior a los 500.000€ anuales (2019) que se cofinancia entre los ingresos de las ventas de

los bienes y servicios que oferta y la subvención otorgada por el Ayuntamiento de Barcelona. El porcentaje de estas dos fuentes de cofinanciación varía en función de la actividad económica. En el caso de sus servicios logísticos los ingresos (de mercado) generados por la empresa social suponen un 76,63% del total de su presupuesto, mientras que en su negocio de moda este porcentaje disminuye hasta el 35,53%, procediendo el resto de su presupuesto de subvenciones (Diomcoop, 2020).

INNOVACIÓN Y REDES PARA CONTRIBUIR A LA PUESTA DE VALOR DE LAS PERSONAS MIGRANTES

Además de la importancia para Diomcoop de sus relaciones con instituciones públicas como el Ayuntamiento de Barcelona o el Departament de Treball, Afers Socials i Famílies, una de las características de esta empresa social ha sido su continua relación con diversas entidades de la ESS. Estas relaciones se han desarrollado a nivel de compartir experiencias y conocimiento mediante charlas o actos en los que Diomcoop ha organizado y/o participado, como en relaciones de tipo comercial, siendo muchos de los clientes y proveedores de Diomcoop otras entidades que forman parte de la ESS, y por tanto reforzando el ecosistema de las empresas sociales y la ESS. Además, pese a que estas relaciones entre Diomcoop con otras organizaciones de la ESS han tenido lugar predominantemente en el ámbito vecinal-local (entidades de Barcelona y/o de barrios de la misma), Diomcoop también ha desarrollado relaciones con otras entidades de la ESS a otros niveles, incluso visitando e intercambiando experiencias con cooperativas de Francia e Italia.

Diomcoop presenta diversos aspectos innovadores que van desde la colaboración y co-empredimiento entre una institución pública, como es el Ayuntamiento de Barcelona, y migrantes en situación irregular, hasta la creación de una marca de moda con diseños originales o, la difusión de platos y zumos de parte del África subsahariana a la población general. Entre los muchos aspectos innovadores de Diomcoop cabe destacar el desarrollo del proyecto “Fronteras invisibles”, que consiste en un juego de mesa sobre las vivencias y dificultades derivadas del proceso migratorio con el fin de sensibilizar especialmente al público más joven sobre esta realidad muchas veces desconocida y/o tergiversada.

La experiencia de esta empresa social se desarrolla dentro de un contexto específico y surge de una iniciativa del gobierno local para buscar una solución con respecto a una problemática concreta como ‘la manta’. Sin embargo esta iniciativa ofrece una serie de elementos transferibles a otros contextos como por ejemplo la importancia de la colaboración entre entidades municipales y colectivos vulnerables en busca de soluciones que beneficien a ambas partes y que potencien el espíritu emprendedor, permitiendo desarrollar competencias que colectivos vulnerables, como en este caso migrantes irregulares, poseen y que pueden aportar a la hora de construir una sociedad más justa e igualitaria (Thiakh, 2021).

Diomcoop responde al modelo de empresa social que en el año 2011 la Comisión Europea establece en su definición operativa, presentando claramente tanto dimensiones sociales como económicas/empresariales y de gobernanza inclusiva y participativa (Comisión Europea, 2011). Por ello, y por su capacidad de innovación (social), Diomcoop presenta un

interesante modelo para afrontar uno de los grandes retos a los que se enfrenta tanto España como Europa, como es el de la inclusión social, económica y política, y la puesta en valor del potencial de las personas migrantes.

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>

Diomcoop (2020) *‘Mercats per a la inclusió social’ Memòria d’actuació. Període Març 2017 - Febrer 2020*. Diomcoop, Barcelona. Disponible en: <http://diomcoop.org/quienes-somos/>

Thiakh, A. (2021) “Taller de experiencias de la economía social y solidaria: empresas sociales en el ámbito de la cultural, migración e igualdad de género”, *8th EMES International conference / HaciaZAZ2021*. Disponible en: <https://emes.net/conferenciazaragoza/hacia-zaz2021/>