

Grupo Promotor de la Economía Social

Agenda para el Fortalecimiento y la Visibilidad de las Empresas Sociales



Integrantes e instituciones que formamos parte del Grupo Promotor

- **Antonio Sánchez**, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) y Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
- **Carlos Zarazúa**, Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)
- **Jesús Campos**, Centro Internacional de Investigación de Economía Social y Solidaria (CIIESS)
- **Alberto Irezabal**, Centro Internacional de Investigación de Economía Social y Solidaria (CIIESS)
- **Miguel Ángel Torres**, Economías Inclusivas, OXFAM México
- **Rogelio Gómez-Hermosillo**, Acción Ciudadana Frente a la Pobreza
- **Juana Acosta**, Acción Ciudadana Frente a la Pobreza

Participantes en las sesiones de retroalimentación del Grupo Experto Revisor

- **Rodrigo Galindo y Jorge Romero**, OXFAM México
- **Gisela Herrerías**, Alternativas y Procesos de Participación Social A.C.
- **Frans Vanderhoff**, Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)
- **Guillermo Woo**, Fideicomiso para el Desarrollo Regional del Sur-Sureste (FIDESUR)
- **Adriana Gómez**, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana (IMDOSOC)
- **Álvaro Salgado**, Centro Nacional de Ayuda a las Misiones Indígenas A.C (CENAMI)
- **Alejandra Angarita y Laura Fabiola Palancares**, Nacional Monte de Piedad
- **Pedro Gamboa, Denni Bolívar, Carola Diez, Paulina González, Araceli Espadas, Gabriela Alfaro, Edda Barroso** - Fundación Haciendas del Mundo Maya
- **Gerardo Aranda**, Centro de Estudios Políticos y Sociales (CEPOS)
- **Julio Copo y Cristina Ruiz**, Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

“Agenda para el Fortalecimiento y visibilidad de las empresas sociales” se publica bajo la responsabilidad de Dinamismo y Estudio Frente a la Pobreza A.C.

Se agradece el apoyo de la Fundación Nacional Monte de Piedad para el proyecto “Fortalecimiento y visibilidad de las Empresas Sociales”. La responsabilidad del texto, contenidos y demás elementos de este documento es de las instituciones que conformamos el Grupo Promotor.

La Agenda para el Fortalecimiento y la Visibilidad de las Empresas Sociales tiene licencias Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional License.

CRÉDITO DE LA PORTADA

Severina Olga Ruiz y Miroslava Sosa Contretas (Izquierda a derecha) muelen la grana cochinilla en el metate para después colarlo y obtener el pigmento mas fino posible. Iniciativa Laadi Arteova. Teotitlán del Valle, Valles Centrales (Oaxaca), 7 de Agosto de 2021 (Oxfam México). Crédito de la foto de portada: Aldo Arriaga

CRÉDITO PÁGINA 34 Invernadero para el cultivo de plantas que serán utilizadas en la elaboración de pigmentos naturales construido gracias al apoyo de Oxfam. Teotitlán del Valle, Valles Centrales (Oaxaca), 7 de Agosto de 2021 (Oxfam México). Crédito de la foto: Aldo Arriaga

Tabla de contenidos

Introducción	4
Sección I. ¿Qué son las empresas sociales?	7
1. Definición conceptual.	8
Empresas	8
De propiedad colectiva.	9
Con responsabilidad social con el medio ambiente y la comunidad.	9
2. ¿Por qué son importantes las empresas sociales?	10
Valor económico.	10
Valor social.	10
Valor ambiental.	11
3. Formas jurídicas y marco normativo de las ES.	12
4. Distinción ante conceptos similares.	13
Empresas de propiedad social y empresas con objetivos sociales.	13
Empresas sociales y responsabilidad social de empresas privadas.	13
Empresas sociales y “negocios en la base de la pirámide” o microfinanzas / microcrédito.	14
Sección II. Principales retos para las empresas sociales.	15
1. Marco regulatorio adverso a las empresas sociales.	16
2. Ausencia de una política pública de fomento de las empresas sociales.	17
3. Barreras al desarrollo económico en contextos de marginación y pobreza.	18
4. Desconfianza y poco conocimiento sobre las empresas sociales, sus productos y su potencial.	19
Sección III. Agenda para el fortalecimiento de las empresas sociales en México.	20
1. Visibilidad y reconocimiento público.	20
2. Acceso a fondos de inversión, crédito y otros instrumentos de financiamiento.	23
3. Acceso a mercados y vías de comercialización.	24
4. Profesionalización, formación de cuadros y gestión del conocimiento.	25
5. Legislación y políticas públicas de fomento.	26
Sección IV. Confluencia con otras agendas e iniciativas.	27
1. Agenda 2030.	27
2. Agenda” verde”.	27
3. Economía de Francisco.	28
4. Foro Mundial de Economía Social (GSEF, por sus siglas en inglés).	28
5. Encuentro Nacional por la Economía Social y Solidaria.	28
Referencias	29
Apéndices	30
¿Qué modelo económico buscamos?	34



Diseño de una agenda de desarrollo productivo de las zonas cafetaleras de la Costa Grande. 5 y 6 de abril de 2017 en Coyuca de Benítez, Guerrero. Foto: Manuel Antonio Espinosa Sánchez

Introducción

La economía social forma parte de los anhelos e iniciativas globales que buscan construir una economía más humana, más justa, incluyente y sustentable¹.

La economía social y solidaria tiene una larga trayectoria histórica en el mundo². En Europa hay 2.8 millones de organizaciones y entidades de la economía social, que generan 13 millones de empleos, el 6.3% del total de la fuerza de trabajo³. En España se contabilizan 43,192 entidades integrantes de la economía social, crean más de 2.1 millones de empleos, lo cual representa el 12.5% de la fuerza laboral y aportan el 10% del PIB⁴. Portugal cuenta con una cuenta satélite de la economía social como parte de las cuentas nacionales. Se contabilizan 71,885 entidades de la economía social, producen el 3% del Valor Bruto Agregado y 6.1% del total de la fuerza de trabajo ocupada⁵. En Francia, 2.3 millones de personas trabajan en entidades de economía social, 10.3% del total de la población ocupada⁶.

En México, en la etapa reciente, la economía social tiene un peso menor, con un gran potencial. Esta agenda para el fortalecimiento y visibilidad de las empresas sociales tiene como propósito que la sociedad valore el potencial del sector de la economía social, como una alternativa de desarrollo para construir un México mejor y que quienes toman decisiones en ámbitos públicos y privados generen acciones de fomento de las empresas de la economía social.

La agenda quiere atender el desconocimiento y la desconfianza sobre el sector social de la economía y es una llamada de atención sobre la grave omisión de políticas públicas y proyectos de desarrollo económico, social o ambiental, cuando no la consideran.

¹ La economía social tiene múltiples vinculaciones con las búsquedas de una “economía verde”, con la “economía civil”, con la “economía circular” o de la “dona” como se dice al final de la primera sección.

² La economía social en Europa tiene sus raíces fundacionales en la historia del cooperativismo y las mutualidades. En su evolución diversa y plural, adopta múltiples formas de organización social con fines económicos, sociales y ambientales.

³ Comisión Europea. Plan de Acción para la Economía Social, diciembre de 2021.

⁴ Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES). Estadísticas

⁵ Instituto Nacional de Estadística. Social Economy Satellite Account 2016. Portugal. CASES.

⁶ Social Economy Europe. Retomando la iniciativa. Propuestas para hacer de la economía social un pilar de la Unión Europea. Libro Blanco.

La agenda surge por la iniciativa del Grupo Promotor integrado por organizaciones civiles, académicas y empresariales, que con ánimo de confluencia plural decidimos unir esfuerzos para impulsar el fortalecimiento y la visibilidad de la economía social en México⁷. En su elaboración, se recoge la experiencia y voz de organizaciones del sector social de la economía, la colaboración y aportes de personas expertas y comprometidas con la promoción de la economía social⁸.

El Grupo Promotor considera este documento como el punto de partida en un proceso. Un paso para la deliberación y la construcción de acuerdos con múltiples actores. La agenda es una propuesta en construcción y se irá enriqueciendo mediante la acción colectiva y el trabajo colaborativo, así como la permanente atención al cambiante contexto con sus múltiples desafíos.

La pandemia por Covid-19 ha hecho aún más urgente y relevante esta agenda, que ya era importante e indispensable frente a la permanencia estructural de la pobreza en las zonas rurales e indígenas, especialmente en la región sur sureste del país. En estos territorios donde abunda la riqueza natural y se acumula la pobreza, es en donde han surgido muchas de las experiencias más avanzadas y promisorias de la economía social en México.

El documento se organiza en 4 secciones. En la sección I hacemos una definición conceptual de las empresas sociales, se incluyen algunos datos analíticos y bases conceptuales sobre la importancia de las empresas sociales para el desarrollo económico, social y ambiental, y se presenta una mirada al marco normativo y las figuras jurídicas.

En la segunda sección se plantea el diagnóstico de los cuatro principales retos que viven las empresas sociales en México.

La tercera sección es el corazón del documento pues traza los elementos de la agenda para el fortalecimiento de las empresas sociales. Se da especial atención a la estrategia de visibilidad y reconocimiento público pues constituye el campo de acción prioritario del Grupo Promotor.

La cuarta sección, que sirve de conclusión, traza vínculos entre esta agenda de fortalecimiento de las empresas sociales y otras agendas relevantes.

Además, se incluyen dos apéndices. El primero es un listado de experiencias de empresas sociales en México y en el segundo se da una breve mirada a la experiencia internacional, básicamente la europea que nos parece especialmente relevante y orientadora.

⁷ El Grupo Promotor está integrado por Acción Ciudadana Frente a la Pobreza, el Centro Internacional de Investigación de la Economía Social y Solidaria de la Ibero (CIESS), el Programa de promoción de las empresas sociales de Coparmex, el Programa de economía del bien común de la UPAEP y Oxfam México.

⁸ Para la revisión y retroalimentación de los contenidos de la agenda se contó con la participación del Grupo Revisor (ver listado).



Rocío Mendoza Bazán y Aurora Bazán López (izquierda a derecha) recolectan plantas que después serán utilizadas para hacer pigmentos naturales. Iniciativa Laadi Arteova. Teotitlán del Valle, Valles Centrales (Oaxaca), 7 de Agosto de 2021 (Oxfam México). Crédito de la foto: Aldo Arriaga

Sección I. ¿Qué son las empresas sociales?

La economía social y solidaria en México tiene múltiples expresiones y cuenta con raíces ancestrales, como las formas prehispánicas de colaboración comunitaria conocidas como tequio y los talleres de oficios creados por Vasco de Quiroga en la ribera del lago de Pátzcuaro, que todavía sustentan la economía de esa región.

En el siglo XX, el cooperativismo, como el conjunto de la sociedad civil mexicana, padeció la marginalidad y el corporativismo propias del régimen político autoritario. Las cooperativas impulsadas por el P. Pedro Velázquez y el Secretariado Social Mexicano en los años 50s y 60s permitieron al menos la subsistencia de la Caja Popular Mexicana y otros grupos cooperativos, especialmente en el sector de ahorro y crédito. Las huelgas triunfantes como la icónica refresquera Pascual atestiguan la vertiente obrera del cooperativismo mexicano.

Sin embargo, muchas cooperativas quedaron atrapadas en la lógica corporativa del régimen y en la dependencia de los subsidios gubernamentales (como las cooperativas pesqueras) o se convirtieron en grandes empresas donde la mayoría de quienes trabajan son empleados, y no cooperativistas (como Cruz Azul).

El mayor impulso a la economía social en la etapa reciente en México, se da a partir de la década de los 80s, y proviene de las comunidades y pueblos indígenas, que han creado organizaciones campesinas productivas pese a todos los obstáculos, manteniendo su independencia y su cosmovisión.

La raíz profunda de este impulso es previa, viene de fines de los 60s y los 70s que marca el surgimiento de la sociedad civil en México. Es el resultado del esfuerzo de una generación de jóvenes, con estudios universitarios en su mayoría, que decidió transformar la realidad desde las comunidades indígenas, campesinas y los barrios marginados. Una parte, inspirada por la renovación del pensamiento social cristiano. También por Freire y el desarrollo de la “Educación Popular”. Y otra parte, formada por activistas estudiantiles con ideales de cambio social.

Las empresas emanadas de estos procesos ponen en práctica los valores de la solidaridad, la cooperación, el bien común y el cuidado del medio ambiente, sin descuidar las exigencias de la productividad, la sostenibilidad y el manejo financiero equilibrado, indispensable para consolidar empresas y grupos empresariales, con esfuerzos que han llevado años y décadas. De la experiencia y trayectoria de estas organizaciones retomamos los principios orientadores de esta agenda.

Hablan los actores,

“Las Empresas Sociales responden a un modelo de sociedad que es la propicia para crear una economía de ‘Donut’, una economía circular y vehículo urgente para enfrentar la realidad de pobreza, de desdicha, de reserva y crear una política de la sociedad civil a un modelo social, solidario, y responsable al medio ambiente”





Virginia Pérez Díaz muestra todos los ingredientes necesarios para la elaboración de la salsa macha de chile pasilla mixe. Iniciativa Poj Kaav. Tlahuitoltepec, Mixe (Oaxaca), 6 de Agosto 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

1. Definición conceptual

Las Empresas Sociales (ES) son unidades económicas de propiedad colectiva, formadas por trabajadores (as), productores (as) y/o consumidores, que se asocian de manera estable y se constituyen formalmente, con fines económicos, sociales y ambientales, los cuales son igual de importantes e inseparables. Son una de las expresiones de la economía social y solidaria.

Las principales características de identidad y distinción de las empresas sociales son las siguientes:

Empresas

- Son unidades económicas legalmente constituidas, estables y duraderas.
- Desarrollan procesos de producción, comercialización y consumo de bienes y servicios.⁹
- Generan empleos en condiciones de trabajo digno y crean oportunidades de empleo en sus regiones.¹⁰
- Son económicamente rentables, permiten la generación de riqueza y su distribución equitativa.¹¹
- Cuentan con demanda de mercado en sus productos y servicios.¹²
- Cuentan con modelos de gestión y administración empresarial, que conjugan los principios de sostenibilidad económica y participación democrática.
- Cuentan con la participación de profesionistas comprometidos que aportan capacidades técnicas indispensables.¹³
- En ocasiones, como parte de su maduración, algunas tienden a la diversificación productiva, a la integración de cadenas de valor, a la constitución de consorcios empresariales.¹⁴

⁹ Muchos grupos que forman parte de la economía social y solidaria aún no se constituyen legalmente. El marco jurídico en general es poco favorable para la creación, crecimiento e integración de empresas de la economía social, como se verá en el apartado 1 de la sección II de esta Agenda.

¹⁰ Es un proceso que puede llevar algunos años. No obstante, de conformidad con la legislación fiscal vigente, los integrantes de estos grupos cooperativos son empleados formales.

¹¹ La rentabilidad es un proceso que puede tomar varios años. El primer beneficio económico desde el inicio, es lograr un pago más justo a productores.

¹² La mayoría de las empresas sociales más maduras compiten bien en el mercado por precio y calidad; y a la vez buscan contratos basados en principios de comercio justo que beneficien a quienes producen y a quienes consumen, reduciendo el margen de intermediación.

¹³ Desde su creación muchas organizaciones cuentan con el apoyo de profesionistas y de organizaciones de la sociedad civil que asumen la asistencia técnica. Al madurar cuentan con recursos para contratar cuadros gerenciales y técnicos. Con el paso del tiempo, muchas organizaciones han logrado que hijas e hijos de socios fundadores estudien una carrera profesional y se sumen a la organización.

¹⁴ Algunas de las empresas sociales más avanzadas configuran grupos empresariales, en las que confluyen entidades de financiamiento (uniones de crédito y similares), entidades de comercialización (la venta de los productos como café, miel, jamaica, artesanías, etc.), entidades de procesamiento y valor agregado (para vender productos procesados: café tostado y no solo café verde; conservas empacadas y no a granel; aceites de ajonjolí y no solo ajonjolí); algunas incluso llegan a diversificar para contar con empresas de logística (almacenes, transporte), así como empresas o entidades para prestar servicios de valor social: centros de salud, escuelas o centros de capacitación).



Elia Noemí Hernández une con la máquina de coser las piezas para confeccionar una blusa. Iniciativa Lu Layú. San Vicente Coatlán (Oaxaca), 4 de Agosto 2021 Crédito de la foto: Aldo Arriaga

De propiedad colectiva

- Siguen el modelo cooperativo original, quienes trabajan son a la vez dueños (as) de la empresa; esto es, participan de un modelo empresarial de propiedad colectiva que involucra a todas las personas que contribuyen con su trabajo en las actividades de la empresa.
- Generalmente están formadas por organizaciones sociales de productores (as), trabajadores (as) y/o consumidores, que se asocian para consolidar un mayor volumen de productos (lograr escala), incrementar su competitividad, mejorar el precio de comercialización de sus productos y servicios y producir valor agregado.
- Los socios trabajan e invierten en común y se reparten las utilidades con base en el trabajo aportado, con principios de equidad que privilegian el trabajo y no el capital.¹⁵
- Generan mecanismos democráticos de toma de decisiones sin afectar la capacidad gerencial y de gestión administrativa.
- Pueden tener socios inversionistas, pero la propiedad social es mayoritaria.
- Se rigen por valores de participación, solidaridad y reciprocidad y ponen en el centro a las personas.

Con responsabilidad social con el medio ambiente y la comunidad

- En su gran mayoría surgen por la emergencia de organizaciones sociales de pueblos y comunidades indígenas, rurales, o en periferias urbanas, caracterizadas por su alto rezago social y pobreza, gracias al impulso de organizaciones civiles, pastoral social y otros actores de promoción social.
- Promueven el desarrollo comunitario y regional en sus territorios e invierten en obras y proyectos de beneficio social a nivel local y regional, como centros de salud y escuelas.
- Mejoran los ingresos de personas socias, y contribuyen a la generación de empleos y de calidad en territorios con alto rezago social y pobreza.
- Los bienes y servicios que producen y comercializan son armónicos con la cultura, los valores y los entornos de las personas y las comunidades.
- En el sector agrícola, adoptan modelos de producción sustentable que protegen la riqueza natural, cultural y el medio ambiente, por ejemplo con técnicas agroecológicas.¹⁶
- Cumplen con los valores y principios de la responsabilidad social empresarial.

¹⁵ De hecho, hay empresas sociales basadas en la misión, que solamente pagan el precio justo por el trabajo, pero no reparten adicionalmente utilidades entre los socios, sino que las reinvierten para fortalecerse, crecer y generar más oportunidades de empleo, bienestar social y protección al medio ambiente.

¹⁶ En el sector social de la economía, sobre todo entre organizaciones campesinas tradicionales puede subsistir el uso de fertilizantes y pesticidas químicos. Este no es el caso entre muchas de las organizaciones sociales que adhieren a la producción agroecológica y los principios de la sustentabilidad.

2. ¿Por qué son importantes las empresas sociales?

Las empresas sociales son la vía productiva frente a la pobreza y configuran un modelo distinto de economía. Una economía que pone al centro a las personas sobre el capital, con equidad e incluyente, que promueve el desarrollo sustentable en perspectiva comunitaria y de identidad territorial.

Las empresas sociales tienen un triple impacto: económico, social y ambiental, que enlistamos brevemente:

Valor económico

- Permiten la creación y distribución de riqueza.
- Tienen como ideal crear trabajos dignos con respeto a derechos laborales y remuneración suficiente.
- Mejoran los ingresos de los hogares y las personas asociadas.
- Generan oportunidades de empleo en sus regiones y dinamizan las economías locales.

Para dimensionar el sector social de la economía en México, al menos parcialmente y con los pocos datos disponibles de 2013, sabemos que¹⁷:

- Generó un millón 181 mil puestos de trabajo¹⁸
- Representó el 1.2 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional (191 mil 595 millones de pesos)¹⁹
- A nivel sectorial, representa el 34% del PIB de la agricultura, el 41% del PIB forestal, el 33.5% del PIB del sector pesquero, el 14.5% de la cría y explotación de animales y el 8% del PIB de las instituciones de intermediación crediticia.²⁰
- Se estiman más de 61 mil organizaciones del sector de la economía social.
- Cubre hasta 12 millones de personas asociadas que representan el 23% de la Población Económicamente Activa (PEA).²¹

Valor social

Las empresas sociales tienen un propósito social de generación y distribución de la riqueza, bien común y solidaridad, que es esencial e inseparable de su “modelo de negocios” y que las constituye en la vía productiva frente a la pobreza y la desigualdad. La evidencia empírica muestra que las empresas sociales:

- Fortalecen el tejido comunitario.
- Empoderan a las mujeres a través de su participación e involucramiento en la toma de decisiones.
- Crean servicios y obras de beneficio social en sus comunidades y territorios.
- Desarrollan cuadros técnicos propios y promueven la capacitación y formación permanente de sus integrantes y las comunidades.
- Asumen las necesidades y aspiraciones de las personas y colectivos que las crean.
- Recuperan la riqueza natural y cultural de las comunidades.

La gran mayoría de las empresas sociales y especialmente el “núcleo” de mayor impulso y maduración en las últimas décadas, ha surgido en comunidades indígenas del sur sureste del país, donde se vive la mayor pobreza y rezago social.

¹⁷ La carencia de información actualizada y constante sobre las dimensiones económicas y sociales de la economía social constituye uno de los principales retos identificados en esta Agenda: La promoción de la actualización del proyecto piloto de la “cuenta satélite” por parte de INEGI para contar con información más reciente resulta una de las prioridades de nuestra Agenda.

¹⁸ INEGI. Dirección General Adjunta de Cuentas Nacionales, Proyecto piloto de la cuenta satélite de la Economía Social. 2013. Para fortalecer al sector es urgente contar con más y mejor información sobre la economía social. Se espera que con la colaboración del INAES y el grupo de trabajo de la ESS, el INEGI actualice la información con nuevos datos, especialmente los correspondientes a los Censos Económicos 2019. Esta nueva información estará disponible hacia el primer trimestre de 2022.

¹⁹ Ídem

²⁰ Ídem

²¹ Diagnóstico del Programa de Fomento a la Economía Social, Universidad Iberoamericana de Puebla. Diciembre de 2013 en ABC de la Economía Social e INAES. 2014 y OIT, Ibero, Secretaría de Economía, Academia sobre Economía Social y Solidaria. 2015



Sociedad Cooperativa Rural, El Grullo (Jalisco) Crédito de la foto: Guillermo Woo Gómez

Valor ambiental

Los datos más recientes muestran los niveles de pobreza, rezago social, carencias y desigualdad que padecen las comunidades y pueblos indígenas, las zonas rurales y los estados del sur sureste del país, donde se realiza la mayoría de las acciones de las empresas sociales:

- El 73% de la población indígena vive en pobreza y el 29% en condición de pobreza extrema (en contraste, la incidencia nacional es 44% y 8% respectivamente).
- En las zonas rurales, la pobreza afecta al 57% de la población y la pobreza extrema al 17% (el doble que la incidencia nacional).
- En Chiapas, el 75% de la población vive en pobreza, en Guerrero el 66%, en Puebla el 62%, en Oaxaca el 60% y en Veracruz el 59%.
- De los 1000 municipios con mayor pobreza: 835 pertenecen a esos cinco estados del sur sureste: Chiapas (93), Guerrero (47), Puebla (164), Oaxaca (417) y Veracruz (114).

La gran mayoría de las empresas sociales y especialmente las que se ubican en el sector primario (agricultura, pesca, forestal), tienen una opción por la protección del medio ambiente y el territorio, la riqueza natural y el desarrollo sostenible.

Los estudios de caso y múltiples reseñas y testimonios muestran una gran cantidad de evidencia sobre cómo las empresas sociales impulsan acciones como:

- Conservación, protección, recuperación y aprovechamiento sustentable de la riqueza natural.
- Adopción e innovación de técnicas de producción agroecológica, producción limpia y relación sana con la naturaleza.
- Certificación de productos orgánicos (cuando la escala y las condiciones lo permiten).
- Defensa de los territorios (tanto reactiva como proactiva) ante proyectos depredadores y expropiadores hacia la naturaleza y hacia las comunidades
- Su presencia en territorios rurales y de periferia les destaca como agentes económicos relevantes, generadores de empleo, de innovación en sus procesos productivos, con acceso a canales de distribución comercial que trascienden a sus regiones de influencia.

3. Formas jurídicas y marco normativo de las ES

Las empresas sociales son un conjunto del sector social de la economía normado por la Ley de la Economía Social y Solidaria (LESS); la cual lo define así: “es el sector de la economía a que se refiere el párrafo octavo del artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual funciona como un sistema socioeconómico creado por *organismos de propiedad social*, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano, *conformados y administrados en forma asociativa*, para satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades donde se desarrollan” (art. 3º de la LESS).



Retrato de Teodicia Jiménez y María Martínez Díaz, integrantes de Poj Kaa. Tlahuitoltepec, Mixe (Oaxaca), 6 de Agosto 2021 (Oxfam México). Crédito de la foto: Aldo Arriaga

Las empresas sociales (ES) pueden adoptar las diversas formas organizativas enlistadas en el art. 4º la LESS, que incluye dentro del sector social de la economía a:

- I) Ejidos;
- II) Comunidades;
- III) Organizaciones de trabajadores;
- IV) Sociedades Cooperativas;
- V) Empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores; y
- VI) En general, todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.

Las empresas sociales en México adoptan diversas figuras jurídicas, por ejemplo: Sociedad Cooperativa (S.C.), Sociedades de Solidaridad Social (S.S.S.), Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC), Unidad de Comunidades Indígenas (UCI), Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP), Sociedad Financiera Popular (SOFIPO), Sociedad en Nombre Colectivo (S.N.C.), Sociedad de Acción Simplificada (S.A.S), Sociedad de Producción Rural (S.P.R), Sociedad Civil (S.C.). Todas estas son figuras asociativas de propiedad colectiva que promueven la participación igualitaria de sus socios y la distribución de utilidades con base en trabajo y criterios de solidaridad.

Incluso en algunos casos, pueden constituirse en dueñas o accionistas de empresas establecidas como Sociedad Anónima (S. A.), Sociedad Anónima Promotora de Inversión (S.A.P.I.), Sociedad de Capital Limitado (S.C.L), Sociedad en Comandita Simple (S C.S.), Sociedad en Comandita por Acciones (S.C A.), Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), siempre y cuando los socios o dueños legales de estas empresas sean entidades sociales colectivas y no personas físicas.

Para algunas de las actividades de las empresas sociales en relación con educación, salud y otras acciones, también constituyen asociaciones civiles (AC).

La carencia de un marco regulatorio sencillo, propicio y de fomento es uno de los retos de las empresas sociales como se explica en la siguiente sección de esta Agenda.

4. Distinción ante conceptos similares

A nivel internacional hay un debate que busca clarificar y delimitar el concepto de empresas sociales y en general precisar bien la definición de las “entidades de la economía social”. Esta clarificación es aún más necesaria en México donde hay mayor desconocimiento sobre las empresas sociales.

El principal factor de distinción de las “empresas sociales” respecto a otros modelos afines es el carácter colectivo de la propiedad de las empresas de la economía social.²²

Empresas de propiedad social y empresas con objetivos sociales.

La propiedad colectiva y mayoritaria por parte de productores y trabajadores distingue a las “empresas sociales” como las definimos en esta Agenda de aquellas empresas de propiedad privada, surgidas de emprendimientos individuales o grupales cuyo modelo de negocios persigue un impacto social o incluso un “triple impacto”²³. En términos generales, muchas empresas son sociales. En términos específicos, en esta Agenda nos referimos a empresas de propiedad colectiva o empresas de la economía social.

Hecha la distinción, hay que subrayar que entre las empresas de la economía social y las empresas privadas de impacto social o de triple impacto hay muchos puntos en común. Sobre todo hay identidad común en valores derivados de la búsqueda y construcción de modelos económicos más humanos, sustentables e incluyentes. Dada esta confluencia de propósito, hay muchas posibilidades de sinergia y colaboración en relación con políticas y programas de apoyo a su función social, tanto desde el sector público como desde organismos multilaterales, fundaciones y empresas del sector privado.

Empresas sociales y responsabilidad social de empresas privadas.

También es importante diferenciar entre empresas sociales y la responsabilidad social de las empresas (RSE o CSR por sus siglas en inglés). La responsabilidad social corporativa es una política de empresas privadas que buscan reconocimiento de marca y aprecio comercial por parte del sector consumidor con mayor conciencia social. Se caracterizan porque se adhieren a un conjunto de prácticas y estándares en relación con las comunidades, el personal, sus proveedores y clientes, el medio ambiente.

En la práctica más reciente, consideramos que las empresas privadas pueden tener varias formas de acuerdo y de alianza comercial con las empresas sociales y que esto puede formar parte de su responsabilidad social empresarial. En particular, resulta muy urgente exigir que las empresas con responsabilidad social adopten políticas robustas y verificables de pago oportuno y comercio justo con sus proveedores, y muy en especial con las empresas sociales que pueden formar parte de su cadena de valor.²⁴

²² La Ley de la Economía Social y Solidaria vigente en México es muy clara al respecto: al establecer que el sector social de la economía está formado por “organismos de propiedad social” y al enlistar a las cooperativas y a las “empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores”. Ley de la Economía Social y Solidaria- arts. 3 y 4.

²³ *Social Economy Europe* subraya la necesaria distinción entre emprendimiento social privado (de individuos o pequeños grupos de socios) y las “empresas de propiedad social” que constituyen entidades de la economía social. Las “empresas de triple impacto” han crecido y hay múltiples iniciativas para su fortalecimiento y crecimiento, por ejemplo a través del “Sistema B” y de iniciativas de organismos multilaterales. Atendidos a la definición conceptual, las empresas sociales (de propiedad colectiva) son empresas de triple impacto. En cambio, las empresas de triple impacto, no son empresas sociales (al menos en el sentido en que aquí hemos definido).

²⁴ La iniciativa “Empresas por el Bienestar” creada en 2019 además de promover un salario suficiente para superar el umbral de pobreza, ha propuesto el pago inmediato en menos de 7 días a proveedores de micro y pequeñas empresas, lo cual también debe incluir a las empresas sociales aunque formalmente por su número de trabajadores no sean micro o pequeñas empresas.



Integrantes de Punto Seis llenan cajas con el producto terminado listo para salir al mercado. Economías inclusivas Oaxaca. Tlahuitoltepec / Las Flores, Mixe, Oaxaca, 8 de Agosto 2021. Crédito de la foto: Aldo Arriaga

Empresas sociales y “negocios en la base de la pirámide” o microfinanzas / microcrédito.

Finalmente es importante distinguir los negocios “en la base de la pirámide” o con sectores de bajos recursos, y especialmente los relacionados con el microcrédito y la inclusión financiera.

El microcrédito y las “microfinanzas” en general, muchas veces tienen prácticas comerciales y financieras que no corresponden a las necesidades de las empresas sociales, y en ocasiones incurren en prácticas de usura que dañan al sector social de la economía.

De entrada, muchas empresas sociales por su número de trabajadores (y socios a la vez) son medianas y grandes empresas, algunas son incluso “consorcios empresariales”, lo cual las diferencia de la definición tradicional de “micro” o “pequeña empresa”.

Las reglas, los montos y el modus operandi mediante créditos individuales diferencia sustancialmente al microcrédito de las opciones de financiamiento y crédito requeridas y adecuadas para las empresas sociales, que más bien requieren instrumentos financieros empresariales: inversión, habilitación y avío, factoraje, fondos de garantía, fianzas, etc.

Lo que ha sucedido en la experiencia práctica es que algunas empresas sociales en su proceso de maduración desarrollan empresas de ahorro y crédito para mejorar la capacidad de subsistencia de sus asociados. Estas “cajas de ahorro y crédito” posibilitan el acceso a créditos para el mejoramiento de viviendas y para otras necesidades especiales de consumo (por ejemplo en casos de enfermedad).

Las cooperativas de ahorro y crédito y las entidades financieras de propiedad colectiva, por ejemplo con la figura de sociedad financiera popular (SOFIPO), son por supuesto empresas sociales y forman parte del sector social de la economía. Esto es evidente por el carácter de su propiedad colectiva, independientemente de sus productos financieros (que pueden ser muy similares al microcrédito y las microfinanzas).

En resumen, de ningún modo se descalifican los valiosos esfuerzos que se realizan desde diferentes vías y con diferentes modelos para beneficiar a personas en condiciones de vulnerabilidad. Lo que sí resulta imperativo es distinguir lo que aquí denominamos “empresas sociales” de otras entidades que a veces comparten esa misma denominación. El diagnóstico y las propuestas de Agenda presentados en las siguientes secciones se concentran en el fortalecimiento del sector social de la economía.

Sección II. Principales retos para las empresas sociales

Las empresas sociales en México tienen un entorno adverso, con múltiples dimensiones que se interrelacionan. Identificamos cuatro grandes retos: (i) el marco regulatorio adverso, (ii) la ausencia de una política pública de fomento, (iii) las barreras al desarrollo económico derivadas de contextos de marginación y pobreza; y (iv) desconfianza y escaso conocimiento público sobre las empresas sociales, sus productos y su potencial.

Las empresas sociales en México existen, subsisten y han crecido, gracias a la resiliencia basada en valores culturales, principios solidarios, su solidez económica y su capital social, resultado de años de organización desde comunidades, barrios y pueblos. Pese a los retos mencionados, que se explicarán enseguida, que sí dificultan su crecimiento y expansión, no han logrado ahogarlas.

Además de los retos, hay tendencias positivas que pueden contribuir a su fortalecimiento y que generan oportunidades favorables para avanzar en esta agenda:

- La pandemia por Covid-19 ha agudizado algunos de los retos, pero a la vez ha creado mayor conciencia social sobre la importancia del consumo responsable y la solidaridad social.
- Aunque se carece de una política de fomento desde el ámbito federal, los gobiernos estatales, municipales, y regionales concertados, pueden contribuir a avanzar en lo local desde ahora. Además, hay que seguir trabajando para que la agenda de fortalecimiento de la economía social sea una prioridad en las políticas públicas en el ámbito federal en un futuro cercano.
- El creciente interés en el mundo empresarial, la sociedad civil y la academia por la economía social crea también oportunidades para avanzar en su fortalecimiento y visibilidad, que hay que saber identificar y aprovechar para esta agenda.
- En muchos territorios aislados donde se carece de infraestructura y de inversión productiva privada o pública, las empresas sociales representan oportunidades de valor económico desde la identidad cultural, con un fuerte compromiso con la defensa de la riqueza natural y el territorio.²⁵

Hablan los actores,

²⁵ “La economía social y solidaria no reduce su experiencia al “arte de generar riqueza” sino a la territorialización social de su trabajo. El fomento debe evitar la exposición de sus bienes, servicios, productos y trabajo a cualquier forma de explotación extractiva.”





Gladys Janet Reyes Nicolas (derecha) toma apuntes de la asesoría impartida por videoconferencia. Iniciativa 2 Sikanda / Mujeres Ave (Actuando, Vinculando, Emprendiendo). Villa Zaachila, Valles Centrales (Oaxaca), 5 de Agosto 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

Hablan los actores,

²⁶“Necesitamos menos burocratismo, y una regulación de las ES para que no restrinja el desarrollo, sino fomente este modelo de economía social. Las ES no pueden ser empresas privadas que van a la par con la economía solo para empresas privadas. Es otro modelo, un cambio de paradigma que llamamos aquí en UCIRI: la economía de la pobreza digna, donde todos las necesidades para vivir bien, son satisfechas.”

²⁷ “Hay un abandono de Hacienda hacia el sector, por eso desde ahí se ha innovado en crear modelos jurídicos complejos y variados para cumplir su misión.”

1. Marco regulatorio adverso a las empresas sociales

Algunas de las causas y manifestaciones del marco regulatorio adverso para las empresas sociales en México son:

- La ausencia de figuras jurídicas adecuadas para el fomento de las empresas de propiedad social, a diferentes niveles (asociaciones de empresas sociales).
- La carencia de un marco normativo claro y preciso que posibilite la actividad económica de propiedad social y su acceso a instrumentos de inversión, crédito, aseguramiento, comercialización, contratación laboral, entre otras.
- La sobrerregulación en la Ley de Cooperativas y en los marcos normativos de la mayoría de las figuras asociativas relacionadas con el sector social y con los entornos rurales e indígenas, que vulneran la autonomía de las empresas sociales y propician la injerencia indebida de autoridades gubernamentales.²⁶
- Ausencia de un marco fiscal adecuado y la complejidad de trámites y requisitos exigidos por el SAT y también por el IMSS y otras instancias gubernamentales.²⁷
- El exceso de trámites presenciales que exigen viajar a ciudades capital y solicitan requisitos que no corresponden a los contextos de producción y trabajo de las empresas en zonas aisladas y contextos rurales.
- Los “candados” y requisitos que se han agregado a raíz de experiencias fraudulentas con esquemas de ahorro y crédito en el ámbito de las “cajas populares”.
- En años recientes se han presentado iniciativas legales sin suficiente consulta a los actores del sector social de la economía y con un contenido más centrado en el control que en el fomento.



Productores de la Cooperativa CESMACH Crédito de la foto: propiedad de la Cooperativa CESMACH, S.C.

2. Ausencia de una política pública de fomento de las empresas sociales

La ausencia de políticas públicas de fomento con los instrumentos, recursos y reglas adecuadas para fomentar el crecimiento de las empresas sociales tiene causas y expresiones como:

- El uso clientelista y político de los programas de “apoyos productivos” que durante décadas han distorsionado toda la política de apoyo al “campo” y a las “organizaciones sociales”.
- La priorización por décadas de los “subsidios” con criterios políticos que minan la productividad económica.
- El enfoque burocrático en criterios de aprobación y en montos de financiamiento de la mayoría de los programas gubernamentales destinados a apoyar “proyectos productivos”.
- La debilidad presupuestal e institucional de las entidades y programas públicos que tienen atribuciones y mandatos para impulsar la economía social o alguno de sus componentes (crédito rural, fomento productivo en zonas marginadas, manejo forestal y ambiental).
- En este gobierno, las entidades y programas de fomento productivo para el sector social han sufrido un recorte drástico de presupuesto, quedando sin recursos para financiar proyectos.
- Los programas de subsidios a fertilizantes y pesticidas químicos como política de fomento a la producción agrícola en contradicción con las técnicas agroecológicas y sustentables.
- En el discurso presidencial se ha generalizado el rechazo a la organización social en aras de combatir a “intermediarios” “corruptos” (objetivo con el cual las empresas sociales estarían de acuerdo en principio).²⁸
- En general, tanto en las políticas nacionales como en las políticas locales, no se ha conferido a las empresas sociales las condiciones de fomento para que desde su naturaleza propia fortalezcan sus capacidades como vehículos de respuesta a la pobreza y marginación, el fomento del empleo, la provisión de servicios comunitarios y la preservación del patrimonio ambiental y cultural.

Hablan los actores,

²⁸ “El gobierno malinterpreta y desprecia el valor de los servicios generados a sus socios por las empresas sociales, y las califica de intermediarias innecesarias, minando la posibilidad de economías de escala para los pequeños productores.”





Integrante de Punto Seis pone con una pistola de calor el sello de seguridad que garantiza la integridad de cada botella. Iniciativa Punto Seis. Tlahuitoltepec / Las Flores, Mixe (Oaxaca), 8 de Agosto 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

3 Barreras al desarrollo económico en contextos de marginación y pobreza

El desarrollo económico enfrenta un conjunto de barreras mayores a las que de por sí tienen todos los emprendimientos económicos, cuando se impulsa desde territorios con alto rezago social, marginación y aislamiento y entre comunidades y personas en situación de pobreza y con graves carencias sociales, entre otras:

- La precariedad del ingreso y de condiciones de subsistencia de pequeños productores facilita a intermediarios fijar precios de compra que les permiten capturar una parte sustantiva del valor agregado.
- El aislamiento territorial y la escasa infraestructura de caminos y comunicaciones, por ejemplo acceso a internet y telefonía celular con calidad, hace más complejos los procesos de acopio, transporte, almacenamiento, acceso a mercados y creación de cadenas productivas y facilita la captura de valor para intermediarios, denominados “coyotes”.
- El rezago educativo y el poco acceso a tecnología y técnicas de producción adecuadas y sustentables dificultan el crecimiento de la productividad, el valor agregado y la diversificación productiva.
- La cultura machista y patriarcal dificulta la participación de las mujeres en la economía y los procesos de organización social.
- La exigencia de requisitos hace casi imposible el acceso a créditos y financiamiento, como la obligación de tener máximo uno o dos accionistas mayoritarios, tener utilidades contables, formas de gobernanza corporativa, garantías excesivas 2:1 o 3:1 gravables.²⁹
- La vulnerabilidad ante desastres naturales y las consecuencias del cambio climático afectan la producción y a veces destruyen los avances logrados con mucho esfuerzo e inversión.
- El crecimiento de la cultura individualista alimenta el rechazo o los temores que dificultan la participación en procesos de organización social y trabajo cooperativo.
- Desarticulación social y territorial de los mercados y flujos comerciales.

²⁹ FUNDEMEX: El Ecosistema Financiero para Empresas Sociales: mapeo· análisis y recomendaciones para contribuir a su mejora

4 Desconfianza y poco conocimiento sobre las empresas sociales, sus productos y su potencial

Las empresas sociales enfrentan el desconocimiento y la falta de información sobre su identidad, sus productos y su potencial, frente al mundo empresarial y hacia el público en general. Especialmente entre su potencial público “consumidor”. Entre otras razones identificamos:

- La falta de reconocimiento público al sector social de la economía en su rol y preponderancia en sus regiones que le niega una interlocución similar a la que se da al sector privado.
- Poco conocimiento sobre el valor de la producción agroecológica y del comercio justo, y sobre su contribución a la conservación de territorios con gran biodiversidad. Y en general, sobre la urgencia de adoptar un consumo responsable -aunque va creciendo sobre todo entre jóvenes.
- La dificultad para dialogar las diferentes perspectivas y prioridades entre empresas tradicionales y las empresas sociales, por ejemplo en relación con la maximización de la ganancia frente a la generación de trabajo estable con remuneración suficiente o las formas democráticas de deliberación en amplios colectivos frente a las decisiones ejecutivas de directivos y propietarios.
- Confusión con otros modelos de desarrollo económico que no se basan en los principios cooperativos, ni en la propiedad social (por ejemplo: microcrédito, negocios en la “base de la pirámide”, emprendimiento social, empresas con responsabilidad social, empresas de triple impacto, etc), que a veces incluso descalifican a las empresas sociales, por ejemplos negativos.
- Desconfianza pública por experiencias negativas y malos resultados asociados con el sector social de la economía. Por ejemplo: baja productividad de muchos ejidos, fraudes en algunas cajas de ahorro, cooperativas tradicionales capturadas o que operan totalmente ajenas a los principios cooperativos, organizaciones intermediarias corruptas que viven de subsidios gubernamentales y del manejo político clientelista de “apoyos al campo”.
- Rechazo por confusión con grupos que conceptualizan a la economía social como una alternativa de rechazo y sustitución de la economía de mercado.
- Poca información con datos actualizados sobre las empresas sociales, su aporte a la economía y al desarrollo social y sustentable, y por tanto se desconoce su potencial económico, social y ambiental.³⁰

Hablan los actores,

³⁰ “Urge hacer un trabajo más profundo de visibilización. Demostrar más ampliamente y con más indicadores el aporte de la ES y los pobres a la economía. Por ejemplo, 18 mil tejidos forestales en México generan con su trabajo de uso y conservación, servicios ambientales que son recursos “gratis o explotados” por el conjunto del sistema económico. Y saber que los núcleos de tierra en manos campesinas y pueblos originarios son propietarios del 57% del territorio nacional”.



Sección III. Agenda para el fortalecimiento de las empresas sociales en México

Esta sección es el corazón y núcleo central de este documento. El propósito es delinear caminos viables para crear un ecosistema de fomento con condiciones favorables a la creación y desarrollo de empresas sociales en México.

Se identifican 5 líneas para fortalecerlas como parte de este ecosistema:

- 1) Visibilidad y reconocimiento público.
- 2) Acceso a fondos de inversión, crédito y otros instrumentos de financiamiento.
- 3) Acceso a mercados y vías de comercialización.
- 4) Profesionalización y formación de cuadros.
- 5) Marco normativo y políticas públicas de fomento.

1 Visibilidad y reconocimiento público

Para superar el desconocimiento público sobre las empresas sociales se proponen algunas estrategias que generen visibilidad y reconocimiento público:

a) Generar información estadística, evaluaciones y estudios para contar con datos y evidencia sobre sus resultados e impactos, con acciones como:

- La actualización de la información del proyecto piloto de “cuenta satélite” del sector social de la economía, a cargo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con apoyo del Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), usando la información estadística disponible más reciente (Censos Económicos 2019) está en proceso y se espera contar con nuevos datos este mismo año (2022).
- Considerar la elaboración de la “Cuenta Satélite” del sector de la economía social como parte de los programas ordinarios del INEGI.
- La definición de un marco conceptual más completo y robusto para futuros levantamientos de información del INEGI, como los censos agropecuarios 2022 y los censos económicos 2025 (a levantar en 2024), puede ofrecer un panorama más completo y desagregado sobre la diversidad de la economía social.
- La realización y difusión de estudios y evaluaciones, como los promovidos desde el Centro Internacional de Investigación de la Economía Social y el Cooperativismo (CIRIEC), el Centro Internacional de Investigación de la Economía Social y Solidaria (CIIESS) de la Ibero, Oxfam México, Ensamble y otras entidades de investigación, que aporten evidencia sobre retos, resultados e impactos de las empresas sociales³¹.
- La elaboración de un “libro blanco” de la economía social en México, siguiendo el ejemplo del libro blanco elaborado por “Social Economy Europe”³² y otros similares³³, es un proyecto a impulsar a partir de un amplio consenso y el involucramiento del más amplio espectro de estudios sobre la economía social.
- La incorporación de la economía social en el modelo educativo y el ejercicio académico de estudiantes y profesores.

³¹ Por ejemplo, Oxfam publicó a finales de 2021 dos estudios relevantes: “Navegando obstáculos: Un análisis de las barreras para la implementación de proyectos productivos” de Gonzalo Hernández Licona y Paola Vela. Disponible en https://www.oxfam.mx/sites/default/files/NavegandoObstaculos_OXFAM.pdf y “Captura económica y política en las cadenas de valor”, de autoría colectiva con Mutua, SC, disponible en https://www.oxfam.mx/sites/default/files/Investigacion_Economias_inclusivas.pdf

³² Social Economy Europe. La economía social retoma la iniciativa. Propuestas para hacer de la economía social un pilar de la Unión Europea. Libro blanco. Disponible en <https://base.socioeco.org/docs/libroblancoes.pdf>

³³ En España, CIRIEC ha impulsado varios esfuerzos de “libro blanco” para las provincias y naciones, por ejemplo, en Valencia, disponible en <http://ciriec.es/novedades-bibliograficas/libro-blanco-del-cooperativismo-y-la-economia-social-valenciana/>

b) Difundir **las características distintivas de las empresas sociales** que son de interés público y que tienen valor social, con acciones como:

- La creación de una identidad compartida, con conceptos, narrativas, mensajes y otros elementos comunes de comunicación, que posibiliten la identificación y el aprecio hacia las empresas sociales por parte del público.
- El desarrollo de campañas o acciones de comunicación hacia audiencias clave mediante canales de difusión accesibles y adecuados, considerando el acceso a redes sociales y posibles impactos en medios de comunicación.
- El acuerdo sobre posibles elementos comunes de identidad como un “sello distintivo” o un concepto englobador que sea atractivo y claro para las audiencias clave.
- Acuerdos y posibles alianzas con el Consejo de la Comunicación, con cámaras y asociaciones de medios de comunicación y con empresas y líderes de opinión que apoyen la difusión pública de las empresas sociales en su conjunto.

c) Promover **los productos y servicios de las empresas sociales** como parte de la estrategia de visibilidad (ésta se desarrolla también en su vertiente económica en la siguiente línea).

- La apertura de vías de comercialización en diferentes puntos del país y a través del comercio electrónico (en línea) para lograr mayor exposición y presencia.
- La inclusión de productos y servicios de las empresas sociales en los principales sitios de comercio electrónico con una “identidad” compartida (aplicación de los conceptos, narrativas, mensajes y otros elementos comunes de comunicación).
- La implementación de políticas públicas para el fomento de las empresas sociales en la provisión de bienes y servicios públicos locales, en las políticas de adquisiciones, como medio para facilitar el acceso al mercado y la comercialización de sus productos y servicios.³⁴
- La formación de jóvenes y el fomento del emprendimiento colectivo en empresas de economía social como alternativa para la empleabilidad, el desarrollo profesional y empresarial, la innovación y la agregación de valor.

d) **Realizar eventos que tengan amplio impacto** público en la visibilidad y reconocimiento de las ES, como:

- Eventos que permiten el acercamiento hacia actores que puedan ser multiplicadores (“*influencers*”) y que también logren impactos noticiosos y difusión mensajes de redes hacia las audiencias clave.
- Eventos de alianza y acuerdos comerciales con empresas privadas y otros actores relevantes que puedan generar visibilidad e impactos en la agenda pública.



Aurora Bazán López cuelga los hilos de lana ya listos para telar. Economías inclusivas Oaxaca. Teotitlán del valle, Valles Centrales, Oaxaca, 7 de Agosto 2021, Crédito de la foto: Aldo Arriaga

³⁴ L'économie sociale et solidaire au cœur des stratégies économiques locales. Editions Etd. Juin 2014



Hablan los actores,

³⁵ “Concordamos con el foco y alcance de la propuesta. Coincide con nuestra experiencia y la de otros actores con los que nos relacionamos. Considerar la forma de organización, el capital social hacia el interior de cada empresa, como un factor clave para su éxito y fortalecimiento. Dar mayor énfasis al tema de equidad de género e inclusión de mujeres como estrategia.”



Retrato grupal de las y los integrantes de Punto Seis con distintas discapacidades tales como: visual, auditiva, mental e intelectual.

Dario Díaz Gómez, Nazaria Díaz Gómez, Gladiola Erica Jimenez Díaz, Juan Jiménez Pacheco, Diana Jiménez Vasquez, Cecilia Vasquez Perez, Cecilia Pacheco Hernández, Leopoldo Vasquez Vasquez, Yezmina Zaira Vasquez Pacheco, Aralia Esmeralda Vasquez Pacheco, Tito Vasquez Hernández, Oswaldo Vasquez Gómez, Cristina Gonzalez Gómez, Cristina Gómez Jiménez, Juventino Jiménez Martínez, Ambrosio Vasquez Gallardo, Zosimo Vasquez Gallardo, Soledad Vasquez Reyes, Pascacio Vasquez, Maicela Arce Hernández, Reinaldo Jiménez Martínez. (En desorden)

Iniciativa Punto Seis. Tlahuitoltepec / Las Flores, Mixe (Oaxaca), 8 de Agosto 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

- Eventos con actores gubernamentales que permitan reconocimiento público y posibles avances en políticas públicas de fomento.
- Eventos internacionales o con participación de las experiencias de otros países que permitan difundir el potencial de las empresas sociales y su valor social.

e) Comunicar y lograr **mayor reconocimiento entre las propias empresas sociales sobre su identidad, retos y líneas de fortalecimiento**, con acciones como:³⁵

- La socialización de información al interior de las organizaciones y empresas sociales sobre el propio sector y sobre otras experiencias similares de las que se pueda aprender o buscar formas de colaboración.
- La apropiación de los elementos comunes de identidad y de sus aplicaciones comunicativas por parte de todos los socios de la empresas sociales y en la comunidad.
- El involucramiento de socios -especialmente de jóvenes- en acciones de difusión y comunicación sobre su propia organización y sobre otras experiencias y el sector en su conjunto.

f) Fomentar la organización y representatividad del sector social de la economía:

- Fomentar su identificación pública y las relaciones de cooperación entre empresas sociales como medio para ampliar su visibilidad pública.
- Promover un análisis de fondo con las organizaciones más representativas de las empresas sociales para considerar la creación de un organismo nacional de representación gremial con mayor fuerza y presencia en todos los ámbitos.

2 Acceso a fondos de inversión, crédito y otros instrumentos de financiamiento

Para consolidarse, crecer y expandirse, las empresas sociales requieren sobre todo capital de inversión, también es importante diversificar y adecuar instrumentos de crédito y otros instrumentos de financiamiento como garantías, aseguramientos, factoraje, entre otros, para ello hay que explorar diversas estrategias, como:

a) Formular **contratos legales “modelo”** y **propuestas económicas** que permitan captar inversión privada en las empresas sociales, con acciones como:

- La identificación de las bases legales que permiten la captación de inversión privada en las distintas figuras jurídicas adoptadas por las empresas sociales, y contar con modelos de contratos legales, que ofrezcan garantías al inversionista.³⁶ La promoción de casos concretos, que son seguros, atractivos, confiables, con tasas atractivas para los inversionistas y adecuadas y convenientes para las empresas sociales.³⁷
- El acercamiento e identificación de portafolios de inversión e inversionistas privados que puedan estar interesados con este tipo de proyectos.

b) Captar **fondos con criterios sociales**, para conseguir tasas de retorno razonables en plazos medianos y largos y acceso a créditos con menores intereses, con acciones como:

- La invitación a fundaciones y otros inversionistas con sentido social y ambiental, a establecer fondos y mecanismos de inversión o crédito de mediano y largo plazo.
- La promoción de políticas públicas de fomento, desde lo local, que creen fondos con criterios económicos y sociales, en lugar de financiar de manera directa a los proyectos desde programas de gobierno con criterios burocráticos y políticos.
- La aplicación de mecanismos innovadores de “pagos por resultados” y otras formas de inversión social con participación gubernamental, como vía de fondeo y capitalización para las empresas sociales.
- Integrar cartera de proyectos de inversión en empresas de economía social para su promoción ante la Banca Ética, los fondos de impacto y las inversiones responsables (Agenda verde, economía de Francisco, etc.).

c) Apalancar **fondos públicos o mixtos** que permitan la capitalización de las empresas sociales y no solo su fondeo de corto plazo, explorando vías como:

- La identificación de oportunidades de financiamiento con participación de la banca de fomento y otros instrumentos públicos de inversión (como los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura-FIRA).
- La creación de fondos privados que puedan atraer fondos públicos o funcionar como fondos de garantía para fondos públicos con recuperación a largo y mediano plazo.
- El pago de bonos ambientales a las empresas y organizaciones sociales que lo están regenerando.

Hablan los actores,

³⁶ “Y también a los socios trabajadores y consumidores de las empresas sociales, para evitar el despojo que han sufrido muchos casos, en las supuestas asociaciones con inversionistas.”

³⁷ “Hay que generar un banco de proyectos de ESlistos para promoverse. Identificar una base de promotores / ejecutores que se responsabilicen de esos proyectos ante los inversionistas. Identificar o promover a empresarios con responsabilidad social para liderar una campaña para vincular ES a sus mercados.”





Hablan los actores,

³⁹ “Alianzas con el mundo de las empresas privadas es solamente posible cuando hay una plataforma político-económica de iguales, con diálogo sobre una economía social, sostenible y amigable al medio ambiente. Es un camino difícil y tortuoso pero posible. Hay empresas privadas que sí apoyan, ¡pero se tienen que buscar con lupa!”

3 Acceso a mercados y vías de comercialización

La capacidad productiva y el crecimiento a corto plazo de las empresas sociales requiere de acceso a mercados y vías de comercialización estables y adecuadas para sus productos y servicios, que les permita superar barreras de intermediación excesiva y formas de explotación en la cadena de valor, con estrategias como:

a) Identificar y acceder a **mercados y canales de comercialización justos** que ofrezcan condiciones de precio justo, financiamiento de cuentas por cobrar, pago oportuno y contratos duraderos, con acciones como:

- Promoción y fortalecimiento de los mercados solidarios y de productos orgánicos y agroecológicos hasta configurar mercado social en cada territorio, siguiendo el ejemplo de España.³⁸
- Las alianzas comerciales entre empresas privadas y empresas sociales, como parte del desarrollo de proveedores y responsabilidad social en la cadena de valor. Promover e identificar entre el empresariado liderazgos para impulsar estrategias y campañas de vinculación de la Iniciativa Privada con empresas sociales.³⁹
- La apertura de nuevos canales de comercialización que promuevan la identidad y valor social agregado del consumo de productos de las empresas sociales, especialmente el mercado “km 0” o de proximidad, las formas de intercambio producto – servicio. Y en lo posible la digitalización que facilite el intercambio del trabajo popular sin la mediación mercantil, resaltando el valor social solidario y verde.
- La promoción de pago oportuno y precio justo como práctica generalizada y verificable de empresas con responsabilidad social.

b) La **multiplicación y diversificación de los canales de comercialización**, especialmente del comercio electrónico, con acciones como:

- La presencia y acceso a productos y servicios de empresas sociales en los principales portales de comercio electrónico.
- La difusión y promoción de la identidad de las empresas sociales en portales de comercio electrónico.
- La mejora de imagen y estrategias de mercadotecnia para los productos de las empresas sociales tanto en el comercio electrónico como en las otras vías de comercialización.

³⁸ En España, el mercado social es “Una 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. El objetivo es cubrir una parte significativa de las necesidades de sus participantes dentro de la red”. Ver sitio <https://mercadosocial.net/>



Mayolo Villareal Lucas dibuja patrones en la tela para la confección de productos de la iniciativa Espacio de Encuentro de las Culturas Originarias (EECO) Guichicovi, Istmo (Oaxaca), 11 de Agosto 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

4 Profesionalización, formación de cuadros y gestión del conocimiento

Las barreras al desarrollo económico en los ambientes de alto rezago social y pobreza requieren la profesionalización de la gestión empresarial y la gestión del conocimiento en todos sus aspectos técnicos, gerenciales, comerciales y financieros, con estrategias como:

a) Diseñar y promover en las universidades **cursos de formación adecuados** y centrados en la profesionalización práctica de los cuadros de las empresas sociales, con acciones como:

- Cursos que prioricen los aprendizajes desde la práctica y recuperando la experiencia de las organizaciones y las empresas sociales.
- Cursos modulares con diferente duración y avance acumulativo.
- Cursos a diferentes niveles que certifiquen conocimiento a nivel técnico, licenciaturas y maestrías.
- Cursos con costos subsidiados, becas y otras formas de apoyo económico para que sean asequibles a los cuadros de las organizaciones y empresas sociales.

b) Recuperar e incorporar a las **nuevas generaciones de profesionistas** provenientes de las propias comunidades, con acciones como:

- La creación de espacios de participación de jóvenes desde su etapa de formación, para que se familiaricen con las características centrales de identidad y finalidad de las empresas sociales.
- La inclusión de incentivos y otras formas de membresía y asociación que faciliten el involucramiento de las siguientes generaciones en las empresas sociales a partir incluso de nuevas funciones técnicas, de comercialización, financieras, etc.
- La innovación de los espacios de formación y capacitación propios de las organizaciones y las empresas sociales para que sean atractivos y accesibles para nuevas generaciones.

c) **Desarrollar programas permanentes de asesoría** y de las diversas formas de asistencia técnica para que permitan el intercambio y transferencia de conocimiento, priorizando los **intercambios entre las propias organizaciones y empresas sociales**, con acciones como:

- Estadías, pasantías, visitas técnicas y otras formas de intercambio desde la práctica entre organizaciones.
- Espacios comunes de formación e intercambio de experiencia con temáticas comunes para enfrentar los nuevos retos para las empresas sociales.
- Apertura y participación con otros actores en espacios donde se difunde conocimiento y aprendizajes para la gestión empresarial, el desarrollo tecnológico y las nuevas tendencias económicas (economía verde, energías renovables y limpias, etc).



Hablan los actores,

⁴⁰ “El reconocimiento de un Mercado Justo y amigable al medio ambiente por parte del Estado en sus diferentes niveles (municipio, estado, región y nacional) y la participación en el mercadeo de los productos de las ES.”

5 Legislación y políticas públicas de fomento

La debilidad histórica de las políticas nacionales y locales de fomento a las empresas sociales requiere superar las políticas paternalistas centradas en el control y la injerencia gubernamental, los enfoques burocráticos basados en subsidios que afectan la viabilidad económica de las empresas sociales y erradicar los intentos de cooptación y uso político y clientelar. Para lograr un entorno legal y políticas de fomento se proponen como estrategias:

- Impulsar la **mejora regulatoria** para facilitar y crear incentivos para el crecimiento de las empresas sociales y su multiplicación y para eliminar candados burocráticos, mecanismos de injerencia y control gubernamental y demás regulaciones que dificultan el desarrollo autónomo, económico y social de las empresas sociales.⁴⁰
- Actualización del marco regulatorio de las empresas sociales (Ley de Economía Social y Solidaria, Ley General de Sociedades Cooperativas, Ley de Sociedades Mercantiles, ley del Impuesto Sobre la Renta, entre otras), con un enfoque de fomento, evitando mecanismos de cooptación y control gubernamental.
- Promover desde la banca de desarrollo la creación de fondos específicos que permitan el **acceso a capital de riesgo**, con fuentes mixtas y bajo criterios de factibilidad económica y madurez empresarial, evitando medidas burocráticas sobre la gestión y los montos de financiamiento.
- Promoción de “**nichos de mercado**” para empresas sociales y regulación transparente para facilitar y promover las compras de gobierno a productos y servicios de empresas sociales.
- Acciones de **difusión, promoción y comunicación** centradas en las empresas sociales, sus productos, servicios y sus resultados alcanzados **en los tiempos del Estado** y a través de los **medios públicos**, sin pretender identificarlas como acciones de gobierno.
- Fomento a **servicios de profesionalización**, formación, asistencia técnica y demás servicios especializados para mejorar la gestión de las empresas sociales, a través de subsidios y otras vías de pago por resultados.

Sección IV. Confluencia con otras agendas e iniciativas

Esta sección tiene como propósito trazar la vinculación entre la agenda de fortalecimiento de las empresas sociales con otras agendas e iniciativas que tienen propósitos afines para incidir, ganar visibilidad y posicionar a las empresas sociales en procesos más amplios.



Fuente: Conferencia Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) y la Agenda 2030

2. Agenda “verde”

Hay confluencia con la naciente Agenda de “Economía Verde” que promueve “mejor bienestar humano y equidad social, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas. Una Economía Verde puede ser considerada como una que es baja en carbono, eficiente en recursos y socialmente inclusiva” (PNUMA).

Las empresas sociales que utilizan técnicas agroecológicas y otras formas de producción sustentable son un actor importante en esta Agenda y representan un ejemplo que puede multiplicarse, especialmente en contextos de alto rezago social y pobreza.

1. Agenda 2030

La principal confluencia de la agenda para el fortalecimiento de las empresas sociales es con la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas. La economía social aporta al cumplimiento de los ODS 2030 porque parte de un modelo empresarial que prioriza a la persona por encima del capital y combina los principios de responsabilidad, solidaridad y cohesión social.⁴¹

La Agenda 2030 gira en torno a cinco ejes centrales:⁴²

- **Planeta**, proteger el planeta de la degradación para las generaciones actuales y futuras.
- **Personas**, poner fin a la pobreza y el hambre y garantizar un ambiente sano, digno y con equidad.
- **Prosperidad**, asegurar el desarrollo sostenible de todas las personas incluyendo el progreso económico, social y tecnológico siempre respetando el planeta.
- **Paz**, fomentar las sociedades libres, justas, igualitarias y en paz
- **Asociaciones**, movilizar lo necesario para fortalecer una Alianza Global para el Desarrollo centrada en las necesidades de los más vulnerables con la participación de todos.

⁴¹ Con base en Conferencia Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), <https://www.cepes.es/general/economiasocialyods>

⁴² Disponible en el portal de la Economía Solidaria. <https://www.economiasolidaria.org/noticias/aeress-noticias-aeress-contribuye-los-5-ambitos-de-accion-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>



Rocío Mendoza Bazán muestra una infestación controlada de cochinilla en nopales. Una vez recolectada y molida la grana cochinilla se convierte en uno de los pigmentos naturales mas preciados. Iniciativa Laadi Arteova. Teotitlán del Valle, Valles Centrales (Oaxaca), 7 de Agosto de 2021 (Oxfam México) Crédito de la foto: Aldo Arriaga

3. Economía de Francisco

En 2019, el Papa Francisco hizo un llamado a jóvenes de todo el mundo a pensar en una economía incluyente, justa y sostenible. Desde entonces, más de 2,000 han formado parte de este proceso de búsqueda, reflexión conjunta, intercambio de experiencias e impulso o fortalecimiento de acciones y proyectos, organizados en 12 villas que responden a problemáticas diferentes: finanzas y humanidad; negocios en transición; el CO2 de las desigualdades; agricultura y justicia; energía y pobreza; mujeres para la economía; negocios y paz; vida y estilo de vida; trabajo y cuidado; políticas públicas para la felicidad; administración y don; vocación y ganancia. En esa renovada y provocadora revisión del modelo económico las empresas sociales tienen un lugar muy importante. Además, los jóvenes que participan en Economía de Francisco, pueden sumarse también al esfuerzo de visibilizar y fortalecer a las empresas de economía social.

4. Foro Mundial de Economía Social (GSEF, por sus siglas en inglés):

El GSEF es una asociación internacional de gobiernos locales, redes y actores de la sociedad civil comprometidos con la promoción de la Economía Social y Solidaria (ESS) como un medio para lograr un desarrollo local inclusivo y sostenible. El GSEF fomenta diversas formas de economía social que incluye a las empresas sociales, cooperativas, fundaciones, mutuales y grupos de ayuda que priorizan a las personas por sobre el lucro. El GSEF considera que los cambios sistemáticos comienzan a nivel local basándose en la alianza entre la sociedad civil, y los sectores públicos y privados. En este espacio convergen 75 miembros de los 5 continentes, provenientes de 36 países diferentes, incluyendo 26 gobiernos locales y 35 redes y actores de la ESS.⁴³ En 2021 se celebró en la ciudad de México la 5ª. edición del GSEF y la primera vez que tuvo sede en América Latina.

5. Encuentro Nacional por la Economía Social y Solidaria

A nivel nacional, también hay diversos esfuerzos en los cuales confluir y para dialogar. A finales del año 2021 diversas instituciones convocaron a Encuentro Nacional por la Economía Social y Solidaria ante los efectos de la crisis económica y social derivadas de la pandemia.⁴⁴

En este espacio se reconoció la grave crisis que enfrenta el campo mexicano lo cual representa una oportunidad para reorientar la producción alimentaria y la vinculación con las empresas sociales. Desde este espacio se busca posicionar una propuesta humanista integral con la participación de unidades económicas de carácter social y sustentable (empresas sindicales, sociedades cooperativas y organismos del sector social). El encuentro recupera la importancia de la equidad de género como una práctica necesaria en las organizaciones y comunidades; así como la urgencia de contar con un marco legal acorde a las necesidades de las organizaciones.⁴⁵

⁴³ Con base en GSEF, <https://www.gsef2021.org/>

⁴⁴ MEXICOOP, COSUCOOP, CIRIEC-México, Nueva Central de Trabajadores -NCT, Sindicato SNTPME-SF, Consejo Nacional del Pueblo Mexicano -CNPM, Red México Profundo, Red de Cooperativas Culturales CDMX, Unión de Cooperativas Tosepan, Grupo Cooperativo Quali, Conmecoop, Red de Abasto Cooperativo Tlalhepantla, Cooperativa de Calzado NADU, Sociedad de Producción Rural Juventino Rosas, Fomenta Economía Popular, NAICOB Agencia Nayarita, Consejo de Transformación Solidaria, Unión de Cooperativas de la Frontera Norte, Centro de Derechos Humanos Ahuacachahue, Agencia de Servicios para el Desarrollo Rural, Asociación para la Protección y Ayuda a Nuestros Pueblos Originarios, Cesder-UCIRED, Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo, Cooperativa artesanal la tierra de Oro, Cooperativa Palo Alto, Cooperativa Pemzahort, Cooperativa Punta Roca Partida, Cooperativa Red Binacional de Mujeres Niu Matat Napawika, Fruticultores de Acaochitlan, Grupo cooperativista el Cali, Juventud y Experiencia por en Bienestar Social, Macehuall Patlan, Movimiento Solidario Tlaxcalteca, Mujeres y Abejas Mayas Meliponas, NayCoop, Red Economía Social y Solidaria Michoacán, Unión de Cooperativas Plataforma Hidalguense de Calidad, Central Campesina Independiente, Central Campesina Cardenista.

⁴⁵ INAES, Convocatoria al Encuentro Nacional por la Economía Social y el Cooperativismo, disponible en <https://www.gob.mx/inaes/es/documentos/convocatoria-al-encuentro-nacional-por-la-economia-social-y-el-cooperativismo?state=published>

Referencias

- Artículo 3 y 4 de la Ley de la Economía Social y Solidaria (LESS)
- Artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo, Documento de Trabajo 2010: “Economía social y solidaria: construyendo un entendimiento común”.
- CIRIEC España. “libro blanco” para las provincias y naciones, por ejemplo en Valencia, disponible en <http://ciriec.es/novedades-bibliograficas/libro-blanco-del-cooperativismo-y-la-economia-social-valenciana/>
- Comisión Europea. Plan de Acción para la Economía Social, diciembre de 2021.
- Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES). Estadísticas
- Conferencia Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), Objetivos para el Desarrollo del Milenio (ODS 2030) <https://www.cepes.es/general/economiasocialyods>
- Economía Solidaria. <https://www.economiasolidaria.org/noticias/aeress-noticias-aeress-contribuye-los-5-ambitos-de-accion-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Foro Global de Economía Social GSEF, <https://www.gsef2021.org/>. SEF y el Comité Organizador Local del GSEF2021
- FUNDEMEX, El Ecosistema Financiero para Empresas Sociales: mapeo, análisis y recomendaciones para contribuir a su mejora.
- INAES, Convocatoria al Encuentro Nacional por la Economía Social y el Cooperativismo, disponible en <https://www.gob.mx/inaes/es/documentos/convocatoria-al-encuentro-nacional-por-la-economia-social-y-el-cooperativismo?state=published>
- INEGI. Dirección General Adjunta de Cuentas Nacionales, Proyecto piloto de la cuenta satélite de la Economía Social. 2013.
- Instituto Nacional de Estadística. Social Economy Satellite Account 2016. Portugal. CASES.
- L'économie sociale et solidaire au cœur des stratégies économiques locales. Editions Etd. Juin 2014
- OXFAM México, “Navegando obstáculos: Un análisis de las barreras para la implementación de proyectos productivos” de Gonzalo Hernández Licona y Paola Vela. Disponible en https://www.oxfamMexico.org/sites/default/files/NavegandoObstaculos_OXFAM.pdf
- OXFAM México, “Captura económica y política en las cadenas de valor”, de autoría colectiva con Mutua, SC, disponible en https://www.oxfamMexico.org/sites/default/files/Investigacion_Economias_inclusivas.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. La Economía Social y Solidaria y el Futuro del Trabajo, julio 2017. Disponible en Centro Internacional de Formación
- Resolución del Parlamento Europeo sobre la economía social del 19 de febrero de 2009.
- Social Economy Europe. La economía social retoma la iniciativa. Propuestas para hacer de la economía social un pilar de la Unión Europea. Libro blanco. Disponible en <https://base.socioeco.org/docs/libroblancoes.pdf>
- Universidad Iberoamericana de Puebla. Diciembre de 2013 en ABC de la Economía Social e INAES (Diagnóstico del Programa de Fomento a la Economía Social). 2014 y OIT, Ibero, Secretaría de Economía, Academia sobre Economía Social y Solidaria. 2015

Apéndices

Apéndice 1. Algunas experiencias de Empresas Sociales

Con el objetivo de ofrecer un panorama general de algunas experiencias de empresas sociales en México enlistamos un conjunto de empresas, con diversas figuras jurídicas, una breve descripción, su zona geográfica y la referencia para más información. El listado muestra su diversidad y permite ejemplificar.

Nombre	Figura Jurídicas	Descripción	Página Web	Zona Geográfica
Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)	Unión de Comunidades Indígenas	Organización de productores de café orgánico de la región del Istmo de Tehuantepec. Pionera de la economía social moderna, del comercio justo y de la transición agroecológica.	www.uciri.com	Istmo de Tehuantepec, Oaxaca
Tosepan Titataniske	Cooperativa – Unión de cooperativas	Organización de productores de café orgánico. Pionera en la economía social. Agrupa 8 cooperativas y 3 asociaciones civiles	www.tosepan.com	Sierra Nororiental de Puebla
Grupo Cooperativo Quali	Sociedad Cooperativa	Grupo de empresas sociales cooperativas que operan una cadena agroindustrial de alimentos nutritivos elaborados con amaranto.	quali.com.mx	Puebla, Oaxaca e Hidalgo
Ecotierra - Comunidades Campesinas en Camino	S.C. de R.L.	Cooperativa de comercialización y procesos agroindustriales de granos y semillas que forma parte del grupo empresarial Comunidades Campesinas en Camino, que asocia a productores.	ccc-ecotierra.org	Istmo de Tehuantepec y la región sureste del estado de Oaxaca
Unión Majomut	S.P.R. de R.L.	Organización sin fines de lucro que agrupa a cerca de 1,000 familias de productores de café de 35 comunidades indígenas, de las etnias Tsotsil y Tseltal.	union.majomut.org	Región de los Altos de Chiapas
Ts'umbal Xilaha'	Sociedad Cooperativa	Empresa de economía social y solidaria formada por familias indígenas tseltales y colaboradores que trabajan por la justicia social y la defensa del territorio, generando propiedad social y eficiencia empresarial.	www.capeltic.org/	Comunidades tseltales de Chiapas
Coordinadora Estatal de Productores de Café del Estado de Oaxaca (CEPCO)	A.C.	Organización social que agrupa organizaciones de pequeños productores de café de Oaxaca, que promueve proyectos productivos, económicos y sociales a través de diferentes organismos y empresas, fomentando el desarrollo sustentable y mejorando la calidad de vida de las familias.	ccmss.org.mx	Oaxaca
AHÓ		Empresa que nació como una iniciativa ciudadana que ensambla cadenas de valor entre pequeños productores locales a quienes, a través de la innovación colaborativa y el respeto a sus usos y costumbres, les provee de modelos económicos alternativos a los tradicionales para impulsar la equidad social; disminuir la pobreza y el impacto medioambiental.	aho.mx	San Luis Potosí

Nombre	Figura Jurídicas	Descripción	Página Web	Zona Geográfica
Yomol A´tel		Grupo de empresas de economía solidaria formado por familias indígenas tseltales y colaboradores que en conjunto trabajan por la justicia social y la defensa de su territorio. Es a través de la apropiación organizada de procesos de valor agregado de sus productos y bajo la cosmovisión tseltal del <i>lequil cuxlejalil</i> (el buen vivir) que se busca maximizar el beneficio social a través de la sostenibilidad y rentabilidad de las cadenas de valor.	yomolatel.org	Selva Norte de Chiapas
Masehual Siuamej Mosenyolchi-cauani, “Hotel Taselotzin”	S.S.S.	Organización de mujeres náhuatl que trabajan por construir alternativas que mejoren la calidad de vida de las mujeres de la región, mediante producción de artesanías, y operación de servicios turísticos con el Hotel Taselotzin.	taselotzin.mex.tl	Cuetzalan,Puebla
Laadi Arteova		Grupo de artesanas que a través del telar de pedal, tejen tapices de lana y utilizan el añil, la grana cochinilla o el pericón. Además, elaboran jabones de forma natural	arteova.wordpress.com	Teotitlán del Valle, Oaxaca
Cesmach	S.C.	Campesinos Ecológicos de la Sierra Madre de Chiapas es una organización regional de pequeños productores de café que ofrece servicios y productos de calidad a productores y a consumidores	cafecesmach.mx	Sierra Madre de Chiapas
Findeca SA de CV SOFOM ENR	S.A. de C.V. SOFOM E.N.R.	Entidad financiera privada con origen social que otorga servicios financieros al sector social, su accionista mayoritario es la CEPSCO. La CEPSCO está integrada por 45 cooperativas que agrupan a 4,141 pequeños productores de café orgánico del estado de Oaxaca	findeca.com.mx	Oaxaca
Anaa Witsukj	SAPI de CV	Empresa social en proceso de formalización, que asocia a pequeños productores ayuuk que integran la cadena de valor del limón a través del empaque y la exportación.	ND	Región del Bajo Mixe, Oaxaca
Bioespacio de Etchohuaquila	SC de RL de CV	Unión de 27 sociedades cooperativas de la etnia Mayo, al sur de Sonora, dedicadas a la producción de sistemas de agricultura protegida de hortalizas orgánicas. En conjunto con otra empresa también emanada de esa comunidad ejidal; comercializa y empaqueta sus productos con certificación orgánica y de comercio justo, a los mercados de Estados Unidos.	ND	Sur de Sonora
Unión de Productores Maya Vinic	S.S.S.	La cooperativa se estableció para que en “Las Abejas” se fortaleciera la autonomía comunitaria, mejorando las condiciones de producción y comercialización de los productos agrícolas, comenzando por el café, para posteriormente lograrlo con maíz, frijol, frutas, hortalizas y otros.	mayavinic.com	Acteal, Chiapas

Apéndice 2. La experiencia internacional: La economía social en Europa

La Economía Social y Solidaria (ESS) se refiere al ecosistema amplio y plural de empresas y organizaciones basadas en principios de solidaridad y participación, que producen bienes, servicios y conocimiento mientras persiguen objetivos económicos, sociales y ambientales¹.

Sus principios, prácticas y valores hacen énfasis en la participación, la democracia y la solidaridad.

La ESS contribuye a crear y conservar el empleo en los sectores tradicionales como la agricultura, la pesca y las artesanías y otros productos con valor cultural. Promueve el trabajo decente, facilitando el ingreso de las mujeres y los sectores más desfavorecidos al mercado laboral; y por ende apoyan la transición del empleo informal al empleo formal. La ESS abonan a la Agenda de Trabajo Decente de la OIT y los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS 2030².

La economía social genera bienes y servicios acorde a la realidad, las necesidades y cultura de las personas y la comunidad³. Algunas formas específicas de la Economía Social comprenden cooperativas, fundaciones, asociaciones y organizaciones comunitarias, sociedades mutuales y empresas sociales.

La experiencia europea, especialmente en algunos países como Francia, España, Portugal, los Países Bajos, muestra el potencial que puede tener la economía social en el conjunto de la economía.

Las entidades de la economía social surgen a partir del movimiento cooperativo y la creación de mutualidades en varios países europeos. La primera cooperativa moderna surge en 1844, en Inglaterra: los pioneros de Rochdale. La Alianza Cooperativa Internacional (ICA) se creó en 1895 y subsiste hasta la fecha. En 1923 se celebra por primera vez el Día Internacional del Cooperativismo, el primer sábado de julio.

A partir de entonces, las entidades de la economía social se han multiplicado y diversificado logrando un gran desarrollo en Europa. La figura legal de “cooperativa” dejó de ser la única posible y en algunos países perdió su sentido original, por captura política o apropiación económica de un pequeño grupo.

En Europa hay 2.8 millones de organizaciones y entidades de la economía social, que generan 13 millones de empleos, el 6.3% del total de la fuerza de trabajo en Europa. Las entidades de la economía social incluyen a las cooperativas, mutualidades, fundaciones, organizaciones sociales y otras formas de empresa social⁴.

¹ Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo, Documento de Trabajo 2010: “Economía social y solidaria: construyendo un entendimiento común”.

² Organización Internacional del Trabajo. La Economía Social y Solidaria y el Futuro del Trabajo, julio 2017. Disponible en [Centro Internacional de Formación](#).

³ Op cit: [Centro Internacional de Formación](#)

⁴ Comisión Europea: Plan de Acción para la Economía Social: diciembre de 2021.

La Unión Europea considera a la economía social como uno de los pilares del modelo social europeo. El Parlamento Europeo reconoce que “la economía social tiene un papel esencial en el conjunto de la economía europea, al combinar rentabilidad con solidaridad, crear trabajos dignos y con calidad, fortalecer la cohesión social, económica y regional, generar capital social, promover ciudadanía activa y crear un tipo de economía con valores democráticos que pone primero a las personas, además de apoyar el desarrollo sustentable y la innovación social, ambiental y tecnológica”⁵

En Francia, 2.3 millones de personas trabajan en entidades de economía social, 10.3% del total de la población ocupada, 67% son mujeres. Estas entidades en conjunto son el principal empleador en el sector de servicios sociales ocupando 62% del personal y en el sector del deporte y actividades recreativas, con el 55% de los trabajos. Y son el segundo empleador en el sector financiero, bancario y de seguros con el 30% de los trabajos.⁶

Portugal cuenta con una cuenta satélite de la economía social como parte de las cuentas nacionales. Se contabilizan 71,885 entidades de la economía social, producen el 3% del Valor Bruto Agregado y 6.1% del total de la fuerza de trabajo ocupada.⁷

En España se contabilizan 43,192 entidades integrantes de la economía social, entre las cuales destacan 18,635 cooperativas, 8,163 asociaciones del sector de la discapacidad, 8,160 sociedades laborales y 6,739 empresas de economía social con otra fórmula jurídica. En ellas se crean más de 2.1 millones de empleos, lo cual representa alrededor del 12.5% de la fuerza laboral en España y aportan el 10% del PIB.⁸

⁵ Resolución del Parlamento Europeo sobre la economía social del 19 de febrero de 2009.

⁶ Social Economy Europe: Retomando la iniciativa: Propuestas para hacer de la economía social un pilar de la Unión Europea- Libro Blanco-

⁷ Instituto Nacional de Estadística: Social Economy Satellite Account ²⁰¹⁶. Portugal: CASES-

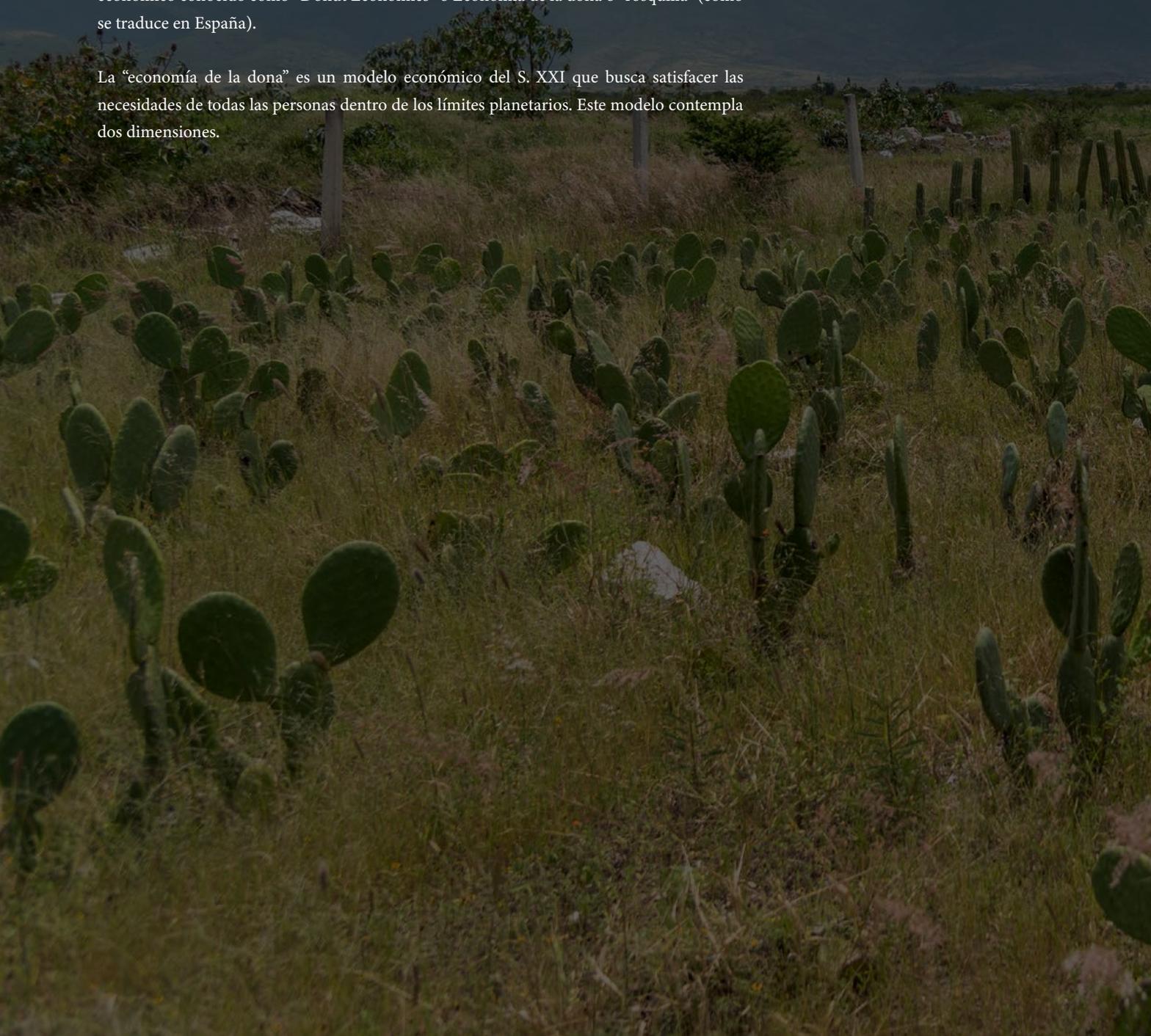
⁸ Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)- Estadísticas

¿Qué modelo económico buscamos?

Francisco Vanderhoff – Integrante fundador de UCIRI

Las prácticas y principios de las Empresas Sociales coinciden en principio con el modelo económico conocido como “Donut Economics” o Economía de la dona o “rosquilla” (como se traduce en España).

La “economía de la dona” es un modelo económico del S. XXI que busca satisfacer las necesidades de todas las personas dentro de los límites planetarios. Este modelo contempla dos dimensiones.



a. **Socialmente justo** que permita garantizar que nadie se quede corto con lo esencial de la vida y que nadie quede excluido. Esta dimensión contempla doce prioridades con base en los ODS y la Agenda 2030:

1. **Alimentación**, Alimentos inocuos, suficientes y nutritivos para todos.
2. **Salud**, Acceso a una atención médica asequible y de calidad para todos.
3. **Educación**, Acceso al aprendizaje permanente para todos.
4. **Ingresos y Trabajo**, Trabajo decente e ingresos adecuados para todos.
5. **Agua y saneamiento**, Acceso a agua potable y saneamiento digno.
6. **Energía**, Acceso a servicios de energía limpia y asequible para todos.
7. **Redes y comunicaciones**, Acceso a redes de transporte, de comunicaciones y de apoyo comunitario.
8. **Vivienda**, Vivienda digna, asequible y segura para todos.
9. **Igualdad de Género**, Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas.
10. **Equidad Social**, Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de ingresos.
11. **Voz pública / Representación**, Asegurar que todas las personas tengan voz e influencia en las decisiones que afectan sus vidas.
12. **Paz y Justicia**, Seguridad personal, rendición de cuentas del gobierno y acceso a la justicia para todos.

b. **Ecológicamente seguro** que permita garantizar que la humanidad no sobrepase los nueve límites planetarios acordados por los científicos:

1. Cambio climático.
2. Integridad de la biosfera (funcional y genética).
3. Cambio del sistema terrestre.
4. Uso de agua dulce.
5. Flujos biogeoquímicos (nitrógeno y fósforo).
6. Acidificación de los océanos.
7. Contaminación atmosférica por aerosoles.
8. Agotamiento del ozono estratosférico, y
9. Liberación de nuevos productos químicos (incluidos metales pesados, materiales radiactivos, plásticos y más).

Grupo Promotor de la Economía Social

Agenda para el Fortalecimiento y la Visibilidad de las Empresas Sociales

