

El cambio social desde la propia profesión: Estudio de Caso de IUNA

Joyce Meng
Noviembre 2007

Índice

I. Introducción.....	2
A. Marginalización y la pobreza en España.....	3
B. Visión de la economía solidaria.....	6
C. Empresas de inserción y la economía social actual en España.....	9
II. Estudio de Caso: IUNA.....	11
A. Contexto valenciano y la ley comunitaria sobre las EI.....	11
B. Objetivos principales y colectivos dirigidos:.....	14
C. Principios fundamentales.....	15
D. Estructura institucional.....	16
E. Historia.....	19
F. Descripción de empresas.....	20
G. Comercio justo.....	23
H. Bolsa social.....	26
I. Impactos sociales y retos para el futuro.....	30
III. Reflexiones personales.....	33
A. Visión de la economía solidaria.....	36
B. El modelo español para la empresa de inserción y el contexto estadounidense.....	38
C. Reflexiones sobre IUNA.....	41
D. El cambio social desde la propia profesión.....	43

I. Introducción:

En las décadas recientes, la reconciliación de los objetivos empresariales con los principios de la economía solidaria ha surgido como una preocupación central en los países desarrollados – una reacción a la insuficiencia del modelo productivista y la teoría neoliberal en fomentar la justicia social. Poco a poco, la sociedad ha reconocido que la superestructura económica no sólo afecta las pautas del consumo y de la producción, abstraída en temas de la competencia y la eficiencia, sino también influye los valores humanos. Al responder a esta consciencia renovada, muchas empresas han asumido y delineado nuevos papeles y contribuciones sociales en un movimiento de ciudadanía empresarial. Con el creciente dialogo generalizado sobre la responsabilidad social de empresas, la bolsa social, y la ética empresarial, el cambio social desde la propia profesión ha conseguido una nueva primacía, movilizand o una nueva generación de empresarios.

Pero, este concepto implica un compromiso más profundo que las operaciones de maquillaje – de marketing social y la filantropía empresarial desvinculada con las principales actividades económicas. En vez de crear sólo una imagen superficial para generar buenas relaciones con los consumidores y los accionistas, algunos empresarios verdaderamente han adoptado métodos novedosos de integrar plenamente los objetivos sociales en sus aspiraciones profesionales. Implementando la eficiencia y la eficacia de la lógica capitalista para alcanzar la meta social, esta generación de empresarios ha experimentado con estructuras empresariales y proyectos originales para rectificar los sesgos y la deficiencia social del mercado.

Puesto que la experiencia de estas empresas guía nuevas operaciones sociales en el futuro, este estudio de caso sobre IUNA – una empresa valenciana de inserción que ha logrado mucha aclamación en las redes de solidaridad por sus actividades y estructura

creativa – sirve para contextualizar y exponer los conceptos fundamentales del cambio social desde la propia profesión. Una empresa rentable que tiene como objetivo principal la inserción laboral, IUNA ilustra los impactos sociales provenientes del compromiso profesional al cambio social.

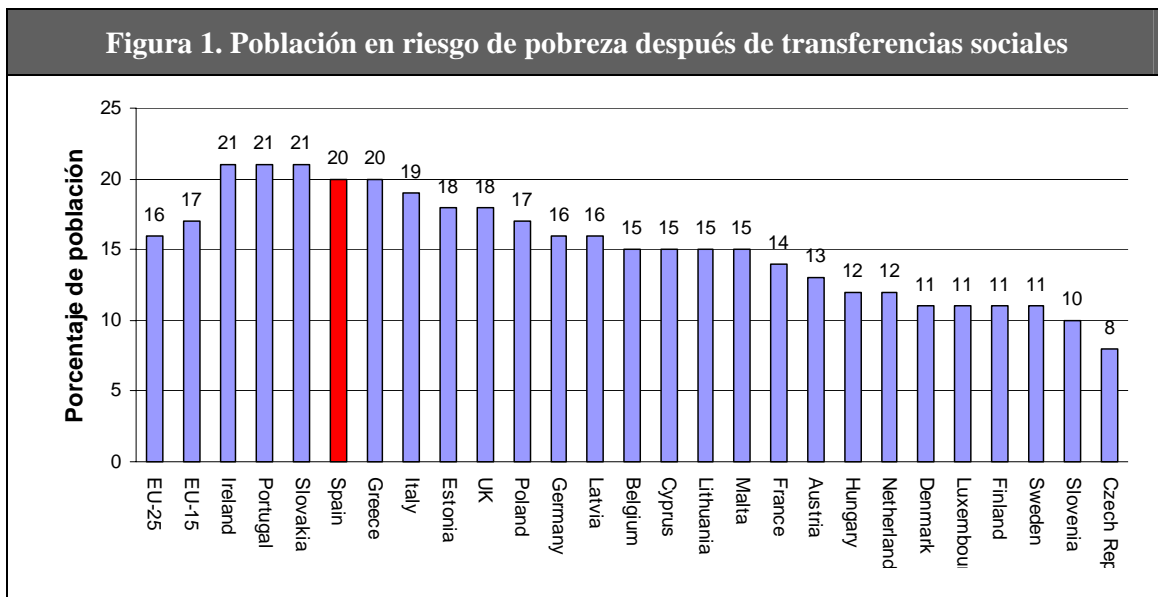
Para empezar, contextualizaré el problema de la marginalización y la pobreza en España, introduciendo conceptos fundamentales de la economía de solidaridad. Segundo, analizaré los objetivos, la estructura, y el funcionamiento de IUNA con enfoque especial en su impacto social. Finalmente, concluiré con reflexiones personales sobre el modelo de inserción laboral, enfocando en aspectos prácticos del cambio social desde la propia profesión.

A. Marginalización y la pobreza en España

Usando una métrica relativa, la Unión Europea fija la línea de pobreza al 50% de la renta media disponible neta del estado correspondiente. En España, después de las transferencias sociales, todavía más de 8 millones de personas, aproximadamente 2.150.000 hogares, viven por debajo de esta definición, representando el 20% de la población. Además, 1.700.000 personas y 300.000 hogares sufren la pobreza severa, ganando menos de 25% de la renta media disponible neta. En comparación con el resto de la Unión Europea, sólo Irlanda, Portugal, y Slovakia tienen una tasa superior (Figura 1).¹ Más revelador, entre los pobres, sólo trabaja en ocupación normalizada un 10.2% del total (34% de la población general), y entre los pobres extremos, sólo trabaja el 1%.² Por eso, claramente, el factor ocupacional constituye un elemento fundamental de la exclusión económica que precipita la marginalización social.

¹ Eurostat, 2004. <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>>

² Hordum, Tania. *Canal Solidario*, 2006. <<http://es.oneworld.net>>



Fuente: Elaboración propia; Eurostat, 2006

Según un estudio de la Institución Nacional Estadística (INE) en 2003, 10% de todas las familias tienen “grandes dificultades” en cubrir los gastos mensuales. Además, 46% están apretadas de dinero. Por lo menos 65% admiten que no pueden ahorrar sus ingresos debido a los altos costes diarios.³ Como consecuencia de las presiones del mercado laboral, especialmente en contexto con la alta tasa del desempleo, aumenta la marginalización de colectivos desfavorecidos (mujeres, discapacitados, inmigrantes, minorías étnicas, mayores, etc.) y la precariedad del trabajo, ilustrada en el hecho que un 33.3% de todos los empleados en España tiene contratos temporales. Como Figura 2 revela, la tasa de desempleo en España es un 9.2%, significativamente más alta que en la del EU-15 y EEUU. Más desconcertante, la tasa del desempleo de largo plazo es un 2.2% en contraste con un 0.6% en los Estados Unidos, ilustrando que inherentemente, la rigidez de la economía española ha creado una clase marginada que intenta encontrar trabajo, pero sistemáticamente fracasa.

³ Ingram, Michael. WSWS, 2004.

Figura 2. Estadísticas del empleo

	Porcentaje de empleados con contratos temporales	Tasa de desempleo	Tasa de desempleo de largo plazo	Tasa de desempleo	Tasa de empleo de mayores (55-64)
EU-25	14.5	8.8	3.9	8.8	42.5
EU-15	14.3	7.9	3.3	7.9	44.1
España	33.3	9.2	2.2	9.2	43.1
EEUU	..	5.1	0.6	5.1	60.8

Fuente: Elaboración propia; Eurostat, 2005

Claramente, existe un vínculo directo entre la precariedad laboral con la exclusión social. Según el Centro del Análisis de la Exclusión Social (CASE), la exclusión social ocurre si un individuo (a) es geográficamente un residente de la sociedad, (b) no puede participar en las actividades normales de los ciudadanos de esta sociedad, y (c) querría participar, pero factores fuera de su control lo impiden.⁴ Implicando las barreras estructurales, la exclusión social abarca un continuo de derechos civiles, culturales, personales, económicas, laborales, políticos, y sociales, como ejemplo, la suspensión de la libertad personal, la participación democrática, la libre configuración, la expresión personal, y la protección social.

Inextricablemente vinculada con la inserción laboral, la pobreza, y la exclusión económica, la gente excluida no accede el mínimo de la supervivencia social – la acumulación de procesos confluentes y multidimensionales de rupturas económicas, políticas, y sociales que alejan un colectivo de los centros de poder, los recursos, y los valores dominantes.

Asimismo, la exclusión económica se define como el alejamiento de procesos que aportan a los individuos, grupos, y territorios de los centros productivos y de consumo. En contraste con la pobreza, la exclusión económica implica una dimensión estructural – la consecuencia de impedimentos implícitos fuera de la ley. Más compleja que la pobreza, la

⁴ Center for Analysis of Social Exclusion (CASE). London School of Economics. <<http://sticerd.lse.ac.uk/case/>>

exclusión económica sugiere la precariedad y la vulnerabilidad que lentamente erosiona la autoestima, resultando en la desmotivación, el aislamiento social, y la desilusión que afianzan el estado cadenciado.

B. Visión de la economía solidaria

Con la marginalización de empleo, ingresos, toma de decisiones, y redes sociales familiares y vecinales, los colectivos excluidos faltan una calidad adecuada de la vida. Reconociendo los obstáculos estructurales como la base principal de la inequidad social y la exclusión, algunas empresas intentan cambiar radicalmente el sistema productivo y convencional.

Por eso, el Manifiesto Europeo de la Red de Economía Alternativa y Solidaria declara, “La Economía Alternativa y Solidaria se presenta como un conjunto abierto de espacios micro-sociales, de prácticas, de realizaciones, de actividades y de empresas, denominadas con palabras diversas (economía voluntaria, autónoma, solidaria, y comunitaria).” Involucrando la cooperación institucional, Reas Europea destacan algunas manifestaciones notables actuales, representadas abajo⁵:

- La inserción de comunidades en zonas en proceso de desertización, portadoras de valores y contra-valores culturales.
- Las empresas e instrumentos financieros alternativos que reconocen la importancia del desarrollo local, incorporando las métricas medioambientales, políticas, y sociales además de la rentabilidad para alcanzar una nueva visión más humanitaria sobre la economía, eliminando el exceso consumista que exacerba la desigualdad y la exteriorización de costes (los recursos humanos, el medioambiente)
- Las actuaciones solidarias de varias organizaciones que luchan contra la precariedad, la vulnerabilidad, y el paro, proveyendo recursos de asistencia y formación.
- El movimiento poblacional de los barrios (jóvenes, mujeres, inmigrantes, discapacitados, minorías étnicas), sector en los años 80 de la cultura del mestizaje, de la mezcla, del desarrollo local y comunitario.

⁵ Manifiesto Europeo. REAS Europa, 1992. <<http://www.reasnet.com>>

A pesar de la diversidad de las actividades y las instituciones involucradas con la economía solidaria, El Manifiesto Europeo delinea cuatro principios universales que unen todos los esfuerzos, firmemente rompiendo la estructura productivista⁶.

1. **La solidaridad:** Ningún individuo, ningún grupo, ningún colectivo puede actuar sin sopesar las consecuencias de su actividad sobre los demás, la sociedad, y el planeta. Por eso, es imprescindible comprender que las interdependencias, el rechazo de los egoísmos, y el sectarismo se alimentan mutuamente.
2. **La autonomía:** Cada persona, cada unidad de base, cada territorio debe ser capaz de ir al límite de sus propias potencialidades, disponer de la máxima capacidad de acción con sus medios, limitar su dependencia, y lograr una soberanía óptima.
3. **La igualdad:** Las desigualdades unidas al azar, a las situaciones, a la historia, al tiempo o a la naturaleza, las diferencias inevitables y deseables, no deben transformarse en dominación, en opresión, en exclusión. Imponiendo la paridad como un derecho, la Economía Solidaria niega la existencia a priori de la jerarquía entre individuos, sexos, generaciones, naciones o cultura.
4. **El compartir:** En contra de los mecanismos hegemónicos y de proliferación, deben ser valorados la difusión y la adaptación del saber hacer. Hay que compartir no solamente los excedentes, los beneficios y el consumo, también el trabajo, el tiempo y el riesgo.

En cuanto a los valores de la Economía Solidaria, Antonio Pons, presidente de REAS, afirma que la economía solidaria debería “ser la forma armónica de conjugar a los factores económicos, no como factores en sí mismos, es decir, como un fin, sí como un medio al servicio de las personas y la humanidad y del entorno.” Con este objetivo, Pons presenta las siguientes acciones esenciales para realizar esta visión⁷:

- Exige un nuevo concepto de responsabilidad individual y colectiva de participar en espacios de decisión económica
- Agrupa y apoya las iniciativas locales que tengan como funcionalidad desarrollar armonías con el medio ambiente o con las personas, principalmente las más desfavorecidas
- Profundiza la nueva seña de identidad de la Economía Solidaria, creando un punto de referencia unida sobre la gestación y la participación empresarial

⁶ *Ibid.*

⁷ Pons, Antonio. “La Economía Solidaria: Actualidad. Retos y Perspectivas.” REAS, 2000.
<<http://www.reasnet.com>>

Asimismo, la cooperativa La Veloz destaca el cambio radical en la relación entre el fin y los medios de la economía convencional versus la economía solidaria. En vez de considerar los empleados como un medio para maximizar los beneficios, la economía solidaria afirma la calidad de vida de las empresas empleadas como el objetivo principal, usando la rentabilidad como una herramienta de viabilidad.

Figura 3. Objetivos de la economía

	Economía convencional	Economía solidaria
FIN	Maximizar el beneficio	La calidad de vida de las personas empleadas
MEDIOS	Recursos humanos	Rentabilidad económica

En conclusión, para contextualizar estas concepciones diversas en una manera más concreta y revelante, existen cuatro principios fundamentales de la empresa de la economía solidaria que enlazan las ideas centrales de esta sección, proveyendo la base integral y práctica de este estudio de caso. Primero, la empresa de la economía solidaria debe generar empleo estable y bien pagado, especialmente dirigido a colectivos excluidos como las mujeres y los discapacitados – colectivos que no son aptas del mercado laboral. Además, el empleo debe ser de calidad, en el que, el empleado aprende cada día, de ese modo, eliminando la pesadez y la deshumanización. Aunque teóricamente bajo la producción mayoritaria, el riesgo justifica los beneficios excesos del capitalista, la realidad demuestra la paradoja que durante los periodos buenos, el capitalista saca provecho, pero durante los periodos malos, los trabajadores pierden su trabajo. Al afirmar la economía solidaria, la empresa elimina esta distribución desproporcional del riesgo y beneficio, democratizando la participación para aumentar el sentido de propiedad compartida.

Segundo, la empresa de la economía solidaria debe ser transparente, por eso, diseminando la información y relevando la gestión empresarial para cultivar el marco para el desarrollo de otras empresas con semejantes objetivos sociales. Ciertamente, este principio no

requiere la revelación de toda la información, de ese modo arriesgando la viabilidad, sino la información esencial para cultivar la confianza y promover el contexto competitivo.

Tercero, la igualdad y la equidad debe constituir un pilar fundamental. Con la igualdad de salarios, la empresa cumple el compromiso del entorno, realizando su responsabilidad como un miembro y un vecino de la comunidad.

Finalmente, la empresa de la economía solidaria debe ser sin ánimo de lucro, aunque este principio afirma la importancia de la rentabilidad para asegurar la viabilidad del largo plazo y la continuación de su contribución hacia su meta social. Con el beneficio, la empresa debe invertir en un proyecto que mejore la comunidad y el entorno, de ese modo, cubriendo los costes exteriorizados. Siempre, la empresa debe tener la siguiente pregunta clave: ¿A coste de qué para ganar estos beneficios? Con la respuesta, la empresa debe repartir sus beneficios excesivos al entorno.

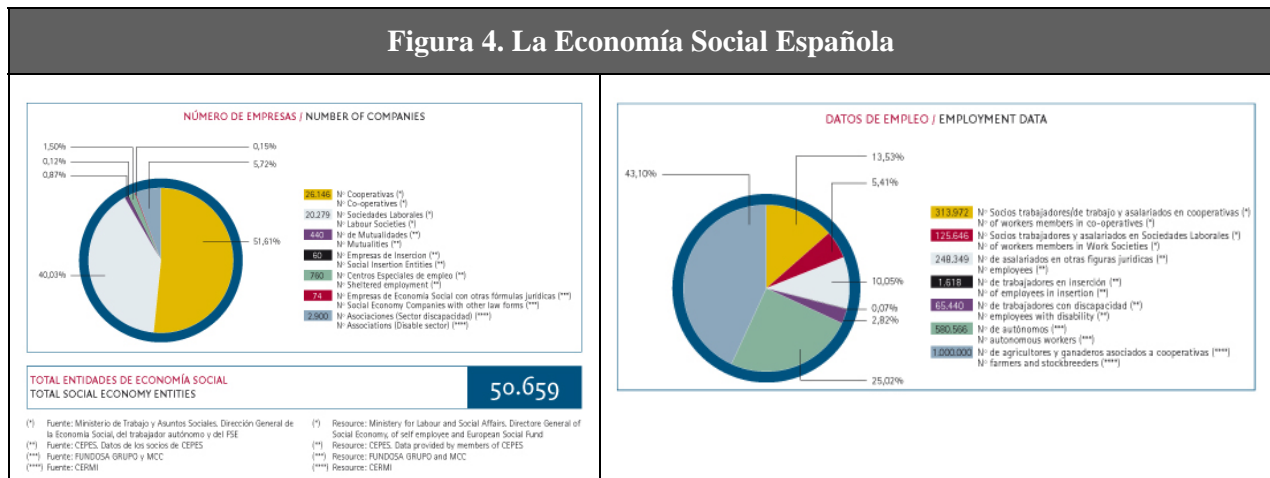
C. Empresas de inserción y la economía social actual en España

Según la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), representando a más de 48.000 empresas con más de dos millones de puestos de trabajo, las empresas de inserción (EI) se definen como “*estructuras de aprendizaje, en forma mercantil, cuya finalidad es posibilitar el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos, mediante el desarrollo de una actividad productiva, para lo cual, se diseña un proceso de inserción, estableciéndose durante el mismo una relación laboral convencional.*”⁸

Creadas para poner en marcha la Economía Solidaria, la proliferación reciente de las empresas de inserción en España atestigua a la consciencia creciente de la insuficiencia de la estructura productivista actual en promover la igualdad, la protección medioambiental, y el

⁸ “Las Empresas de Inserción.” Confederación Empresarial Española de la Economía Social. <<http://www.cepes.es>>

desarrollo humano. A finales de los años ochenta, no eran más de una docena de empresas de inserción distribuidas por toda la geografía española y sin relaciones entre ellas en España.⁹ En comparación, en actualidad, como ilustrado en Figura 4, existen 60 empresas de inserción y 50.659 empresas de economía social, enlazadas en redes profesionales y sociales. A través estas entidades, 1.618 personas benefician de las EI y 2.320.454 personas económicamente participan en la Economía Social a través las cooperativas, las sociedades laborales, y otros diversos tipos de estructuras laborales.¹⁰ En conjunto, la Economía Social crea una facturación de 100.417 millones de euros.



Fuente: CEPES, 2005

Surgiendo para luchar contra la pobreza y la exclusión social, las EI implementan la lógica empresarial simultáneamente con la metodología de inserción laboral. Al esforzarse por alcanzar la sostenibilidad, estas iniciativas empresariales acceden al mercado convencional para producir bienes y servicios, mejorar el entorno, y potenciar los servicios, aunque los beneficiarios principales se derivan de los colectivos marginados.

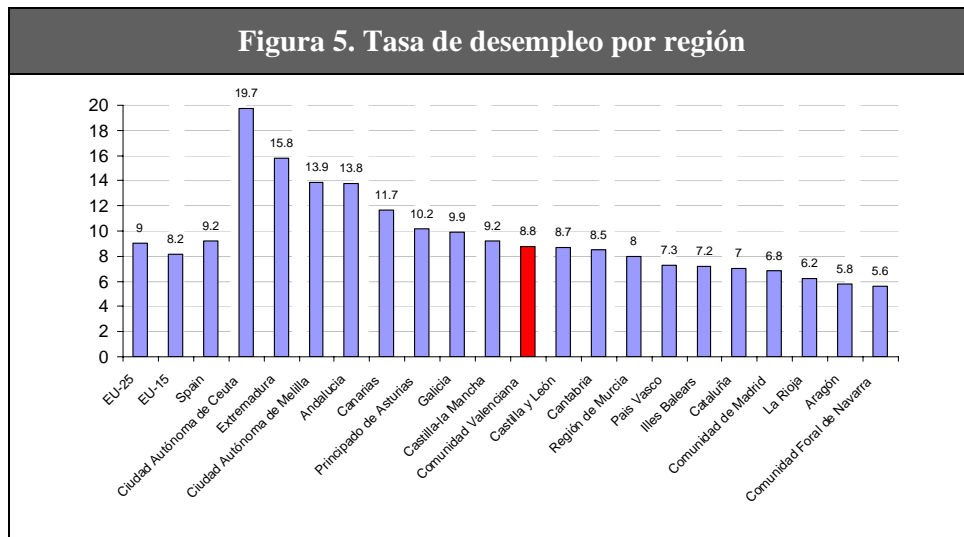
⁹ Vidal, Isabel; Claver, Núria. “La Evolución de Empresas de Inserción.” CIES.

¹⁰ Datos Económicos. CEPES, 2005. <<http://www.cepes.es>>

II. Estudio de Caso – IUNA:

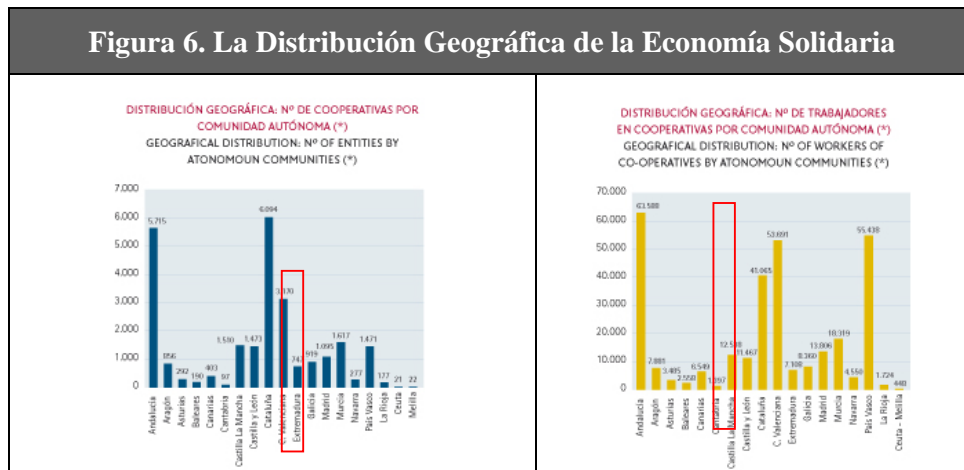
A. Contexto valenciano y la ley comunitaria sobre las EI

Según el V Foro de la Alianza de Ciudades contra la Pobreza¹¹, más de 630.000 personas viven en una situación de pobreza relativa o severa en 66 barrios valencianos. También, como demostrado en Figura 5, la Comunidad Valenciana tiene una tasa de desempleo aproximadamente el promedio de las comunidades autónomas.

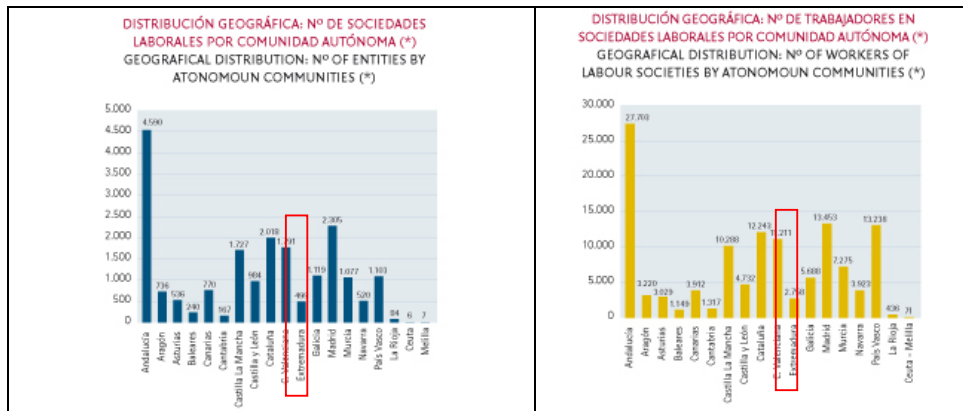


Fuente: Elaboración propia, Eurostat (2005)

En comparación con el resto de España, Valencia es una de las comunidades autónomas más participativas en la Economía Solidaria, como ilustrado en Figura 6.



¹¹ V Foro de la Alianza de Ciudades Contra la Pobreza <<http://www.valencia.es/>>



Fuente: CEPES, 2005

En cuanto a las empresas de inserción en Valencia, existe la Asociación Valenciana de Empresas de Inserción (AVEI), que pertenece a la Federación Española de Empresas de Inserción (FEDEI), constituido en julio de 1998 para 1) representar los intereses de las personas y colectivos en situación de exclusión social; 2) promover las empresas de inserción ligadas a nuevos yacimientos de empleo y creación de empleo; 3) Coordinar y armonizar los intereses de las empresas de Inserción en el ámbito nacional e internacional; 4) Reclamar de los poderes públicos una atención y colaboración; 5) Informar y asesorar a los asociados de los asuntos relevantes del mejor desarrollo de sus actividades.

Recientemente, sirviendo como un centro de la propugnación de las empresas de inserción, AVEI está cabildeando para un avance jurídico para “promover la existencia de un marco jurídico que recoja su doble carácter de estructura de inserción para personas en riesgo y de otro el desarrollo de una actividad mercantil que permita su viabilidad económica.”¹² Según un artículo en *Panorama*, el 28 de abril de 2006, El Consell aprobó el proyecto de ley que “se regulan las empresas para fomentar la inclusión social en la Comunitat Valenciana y avanzó que prevé invertir en ellas ocho millones de euros.” Unánimemente apoyada por el Comité Económico y Social (CES) y el Consejo Jurídico Consultivo, la ley intenta regular los requisitos, el registro, y las medidas de fomento de las empresas de inserción en la Comunitat.

¹² “Ley de EI: España.” FEDEI, 2006. <<http://www.fedei.org>>

Como destacado en los boletines internos de IUNA¹³, AVEI está trabajado diligentemente para la aprobación de esta ley, anticipada para el 19 de diciembre. Con la ayuda pública y el reconocimiento oficial de su estructura productiva y meta social distintas, IUNA y las otras EI de la Comunidad Valencia beneficiarán.

Según el directorio de organizaciones sociales y EI de FEDEI¹⁴, existen seis empresas de inserción (tres afiliadas¹⁵ con IUNA) que trabajan en la Comunidad Valenciana, delineadas abajo:

1. **Impar S.L**
Organización social promotora: Asociación Nova Terra (Promotora IUNA)
Colectivo de inserción: Valencia
2. **Port Mail S.L**
Organización social promotora: Asociación Nova Terra (Promotora IUNA)
Colectivo de inserción: Valencia
3. **Mariola Sorells**
Organización social promotora: Asociación Nova Terra (Promotora IUNA)
Colectivo de inserción: Valencia
4. Reciplana Recuperaciones
Organización social promotora: Fundación Tots Units
Colectivo de inserción: Castellón
5. Agricultura Ecológica
Organización social promotora: Fundación Tots Units
Colectivo de inserción: Castellón
6. El Rastrell
Colectivo de inserción: Valencia

Claramente, IUNA desempeña un papel esencial en la Comunidad Valenciana como una sociedad de cartera (holding de empresas de inserción) dominante, afiliada con la mitad de todas las EI locales.

¹³ “Boletín Informativo de IUNA.” n°30 octubre 2006

¹⁴ “Directorio de organizaciones sociales y EI.” FEDEI, 2006. <<http://www.fedei.org>>. Ciertamente, este directorio quizás no incluye todas las empresas de inserción, pero todavía provee una idea general de las principales organizaciones en Valencia.

¹⁵ Aunque Contraste es un proyecto esencial de IUNA, puesto que es un canal de distribución, no cuenta como una empresa de inserción según FEDEI.

B. Objetivos principales y colectivos dirigidos:

En el convenio constitutivo de IUNA, se destacan los siguientes objetivos principales:

1. Empoderar las personas y grupos desfavorecidos
2. Trabajar por mejorar condiciones de vida y trabajo de estas personas
3. Desarrollar la capacidad de solidaridad y gratuidad entre la gente
4. Fomentar, prestar apoyo económico, financiero, y jurídico al nacimiento, desarrollo, y consolidación de empresa de marcado interés social, en las que el trabajo ayude a la dignificación de las personas y el beneficio cumpla un fin social
5. Promover y patrocinar el desarrollo del espíritu emprendedor hacia ese tipo de empresas y proyectos, especialmente entre los jóvenes
6. Recibir y gestionar recursos humanos y materiales para hacer viables las actividades anteriores

Como una promotora de las empresas de inserción, la tercera fase de cada proyecto aspira a lograr la integración sociolaboral completa de los empleados. Por eso, como una estructura productiva que se monta para ofrece empleo rehabilitador a personas en procesos de exclusión, IUNA exige que sus empresas de inserción reserven aproximadamente un 35% del número de la plantilla a personas de los colectivos dirigidos en riesgo de la exclusión. El restante 65% proviene de un equipo humano con consciente de la economía solidaria, con experiencia o conocimiento técnico sobre el sector en cuestión. Con esta mezcla de personal, IUNA intenta crear un entorno rehabilitador, evitando la marginalización empresarial, de ese modo, proporcionando trasversas positivos de hábitos, habilidades, concepciones vitales de las personas integradas a las personas en procesos de exclusión social.

Los colectivos dirigidos de IUNA son¹⁶:

1. Perceptores de Renta mínima de inserción.
2. Desempleados de larga duración superior a tres años que hayan demostrado el esfuerzo activo de buscar trabajo.
3. Personas con cargas familiares no compartidas e ingresos económicos intermitentes y/e inferiores al salario mínimo interprofesional, procedentes de desempleo de larga duración (más de un año) y/o sin cualificación profesional.
4. Personas que no hayan finalizado el período de escolaridad obligatoria y se encuentran en situación de desempleo más de dos años debido a problemas personales y/o sociales que dificultan su inserción en mercado laboral ordinario
5. Jóvenes procedentes de centros de menores en dificultad y conflicto social y/o que se encuentran en medidas de libertad vigilada.

¹⁶ "Introducción." IUNA, 1999.

6. Personas con problemas de drogas con los que no resulta procedente aún el inicio de un programa específico de rehabilitación por drogas, o que se encuentran en proceso de rehabilitación y reinserción social de dichos programas.
7. Internos de centros penitenciarios en situación que les permita acceder a un empleo, y ex-reclusos que se encuentran en situación de desempleo durante el primer año de libertad definitiva.
8. Personas que forman parte de familias, grupos, colectivos o minorías cuyas características puedan condicionar sus posibilidades de integración social y que su trayectoria laboral demuestra bajo índice de ocupabilidad: no haber tenido contratos legales durante el último año y/o haberlos tenido inferiores a tres meses.
9. Personas que han pasado por cursos de formación y tienen mermadas, al juicio de los educadores y los responsables de inserción de la Asociación la capacidad de acceso al mercado laboral ordinario por motivos psicosociales.

A diferencia de las empresas de inserción tradicionales en España, las empresas de IUNA están dirigidas por directivos con experiencia en la gestión de empresas privadas, de ese modo, allanando mejor la reconciliación entre los objetivos sociales con la lógica del mercado.

C. Principios fundamentales:

A pesar del carácter temporal de los puestos de trabajo generados, IUNA reconoce la importancia de preservar la calidad y la dignidad sus empleos afilados. Al comprometerse a la promoción del barrio de la Coma, IUNA enfatiza el desarrollo local, la integración de proyectos para lograr la solidaridad del barrio, y la creación de un microentorno socioeconómico más justo y accesible. Como una promotora de empresas de inserción, IUNA delinea las siguientes características comunes a todas sus operaciones¹⁷:

1. El objetivo social es facilitar la inserción social y laboral de personas excluidas. Por eso, la selección de personal, el plan de recursos humanos, la dirección y la gestión de las empresas, los objetivos comerciales, la distribución de los beneficios se llevan cabo orientados exclusivamente con este fin.
2. Se adopta una estructural empresarial porque reconoce que la rentabilidad social (objetivo último) depende de la viabilidad económica. Por eso, es esencial cubrir en condiciones normales como mínimo la cuenta de explotación y las inversiones realizadas.
3. Para ser coherente con la economía solidaria alternativa, las operaciones se sitúan en sectores productivos que mejoren la calidad de vida, significando que los productos, servicios, y las acciones propuestas o realizadas son sostenibles social y medio-ambientales.

¹⁷ *Ibid.*

4. Se utiliza una estructura de aprendizaje con el objetivo de llevar a cabo una labor de recuperación de las personas en procesos de exclusión de manera que la empresa cumple una función pedagógica y rehabilitadora.
5. Las empresas no son lucrativas. Con beneficios económicos excesivos, se repartirán en cuatro fondos: 1) formación integral de los trabajadores; 2) reinversión en las operaciones para vitalizarlas; 3) apoyo a nuevas iniciativas; 4) donativos a proyectos en países en desarrollo
6. Se asegura un trabajo digno y justo a cada miembro del personal, estimulando su desarrollo personal y toma de responsabilidades
7. Tienen que mantener los principios del comercio justo.
8. Se mantiene la transparencia adecuada sobre la financiación, los recursos humanos, la estrategias de desarrollo, la administración, y el impacto social
9. Las empresas alcanzan la integración en su ámbito local desde el punto de vista económico, social, y ecológico.

En resumen, la estrategia de IUNA es demostrar a las empresas y a la sociedad que emplear a personas de colectivos excluidos puede ser económicamente viable y socialmente responsable. Por su éxito, IUNA intenta ilustrar que la economía convencional puede incluir los principios fundamentales de solidaridad sin comprometer su rentabilidad.

D. Estructura institucional:

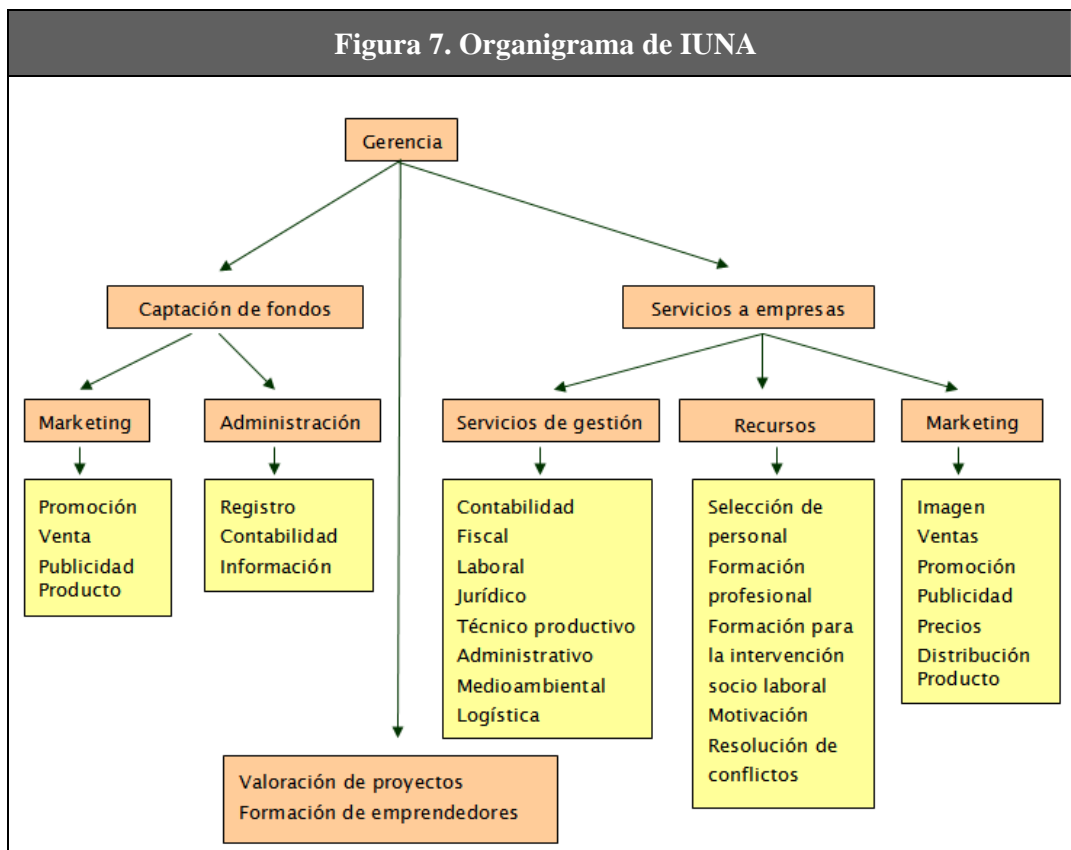
Diferenciado de la estructura tradicional, IUNA es una promotora social del empleo como un holding de sus empresas de inserción constituidas, ofreciendo apoyo, dirección administrativa, y tutela de gestión. Vinculada con la Asociación La Coma Nova Terra, IUNA capta capital para invertirlo en empresas con relativa independencia para efectivamente gestionar el riesgo y dedicarse a los colectivos desfavorecidos del barrio sin la influencia excesiva de la Asociación.

Como una empresa de segundo grado que crea y posteriormente tutela empresas de inserción, IUNA asume dos actividades principales. Primero, IUNA provee fondos para la constitución de nuevas empresas por medio de la emisión de acciones de la sociedad puestas a la venta a colectivos con una especial sensibilidad social (por más información, remita a la sección sobre la bolsa alternativa). Segundo, IUNA se dota del personal y medios técnicos necesarios para abordar la problemática empresarial en todos sus ámbitos. Como una

consultaría, IUNA aporta servicios de asesoramiento y formación, ayudando en temas fiscales, laborales, y legales, como la formación del personal, marketing, diseño, entre otros servicios a todas sus empresas a precios de mercado. Con los ingresos de estos servicios, IUNA no sólo logra la supervivencia, sino también el más efectivo control sobre la gestión y las actividades de sus constituyentes, de ese modo, garantizando la seriedad, calidad, y correcto funcionamiento de ellos como empresas de inserción.

En cuanto a la forma jurídica, IUNA es constituida como una Sociedad Anónima, facilitando su capacidad de emitir acciones y crear un ágil mercado secundario. Para constituir cada una de las empresas de inserción, se adopta la forma jurídica de la Sociedad Limitada. En sus empresas de inserción, IUNA es propietaria del 51% del capital mientras que el otro 49% es propiedad preferentemente de los trabajadores. Con la participación mayoritaria, IUNA asegura el cumplimiento del objetivo inicial de la inserción laboral, mientras manteniendo la corresponsabilización de los trabajadores de la empresa.

Trazada abajo es el organigrama de IUNA, delineando las responsabilidades asumidas, cubiertas por cuatro personas.



Fuente: IUNA, 1999

Al utilizar el modelo de holding, IUNA crea las sinergias entre las empresas de inserción del grupo, de ese modo, promoviendo su viabilidad. Como la fuente principal de financiación, IUNA también desempeña la labor de consultora para vincular las empresas con el mercado, facilita la comercialización y venta de productos y servicios, e imparte formación para mejorar la gestión e impulsar la inserción a través el desarrollo de capacidades y habilidades de los empleados.¹⁸ Además, Raúl Contrareras está desarrollando otros modelos de negocios rentables, por ejemplo, “las empresas mochilla” que permiten a las grandes empresas subcontratar a empleados para dar una respuesta eficiente al absentismo y la continua rotación de su personal. Una forma de outsourcing de mano de obra de baja cualificación para cubrir las necesidades temporales de personal en las grandes compañías,

¹⁸ “Raúl Contrareras: Emprendedor Social de Ashoka.” Fundación Ashoka.
<<http://www.emprendedoresociales.org>>

Raúl Contrareras vive un modelo en el cual, las compañías tradicionales incluyen naturalmente la gente en riesgo de exclusión, por ende, eliminando la necesidad de crear empresas de inserción. Es decir, el objetivo principal es convertir el sistema actual para impulsar la inserción laboral, efectivamente la brecha entre el sistema convencional y el sistema de afuera.

E. Historia:

IUNA nace como una respuesta de la insuficiencia de puestos de trabajo para la gente de colectivos excluidos que han completado los temas de formación de Nova Terra. Según Raúl Contrareras, “A través de Nova Terra advertimos que el 40% de las personas que se formaban en esta ONG no lograba acceder posteriormente a un puesto de trabajo. Por ello, decidimos crear nuestra propia red de empresas de inserción.” Como el principal impulsador de IUNA, desde su niñez, Raúl Contrareras ha demostrado una precocidad para las actividades empresariales.

Según una entrevista de la Fundación Ashoka¹⁹, Raúl Contrareras tiene una trayectoria de “emprendedor en serie”, tanto en el mundo empresarial como en el social. Cuando él tenía 14 años, el colegio religioso donde él estudiaba le expulsó porque él “era un adolescente demasiado inquieto, que no encajaba bien en el grupo homogéneo que querían tener.” Al empezar a trabajar, Raúl Contrareras continúa sus estudios durante la noche, aprendiendo las materias amplias para “conocer otras realidades, madurar, adquirir sentido común”. En particular, su participación de 21 años en Boy Scouts influye sus valores y carácter emprendedor. A través este programa, Raúl Contrareras tuvo el primer contacto con personas excluidas. La experiencia le inspiró, y cuando él tenía 17 años, empezó una lavandería para dar una oportunidad laboral a jóvenes ex-presidarios. Aunque la aventura

¹⁹ *Ibid.*

fracasó, Raúl Contrareras aprendió mucho sobre los desafíos de incorporar colectivos excluidos en la economía convencional que no “está preparada para apoyarles en su inclusión sociolaboral.”

Mientras estudiaba Económicas en la universidad, Raúl Contrareras decidió montar una empresa "diferente" de comunicación y marketing en el marco de la economía social – una reacción a su inquietud sobre la economía convencional. Después de trabajar en esta empresa por 10 años, Raúl Contrareras decidió cerrar esa etapa para crear una plataforma para la comercialización de alimentación artesanal. Empleando a la gente en riesgo de exclusión, estos dos proyectos empresariales le muestran la importancia de mejorar el funcionamiento de la economía tradicional y aplicar la lógica empresarial para lograr el propósito social. Por eso, para promover la inserción laboral a una mayor escala, Raúl Contrareras aprovechó su conocimiento empresarial y capacidad de interlocución para crear IUNA. Identificando los sectores, profesiones, y trabajos donde la integración laboral puede ser rentable y eficiente, Raúl Contrareras adoptó el modelo de empresa de “holding” social para alcanzar un modelo sostenible de inserción sociolaboral. En función desde 1999, IUNA ha seguido en la filosofía de su creador, cuyo compromiso de demostrar a las empresas y la sociedad que con ciertas confianza y formación, la gente de colectivos excluidos pueden trabajar y vivir con dignidad, ha inspirado el desarrollo de la consciencia solidaria. Últimamente, Raúl Contrareras cree que para lograr el objetivo de la integración sociolaboral real a gran escala, es esencial que la economía convencional por si mismo empiece a diversificar y ampliar sus participantes y colaboradores

F. Descripción de empresas:

Actualmente, IUNA tiene cuatro proyectos diversificados en funcionamiento – tres empresas tradicionales de servicios/productos y una empresa de distribución y

comercialización alternativa. Con el conjunto de empresas que por su naturaleza emplean a un gran volumen de trabajadores de baja cualificación (jardinería, mensajería, construcción), IUNA asegura que sus actividades principales alcanzan los colectivos más excluidos.

1. Port-mail (Puerto, Urbano, Distribución)
Sector: Transporte, Mensajería

Funcionando desde noviembre de 1999, Port-mail empieza sus actividades en el Puerto Autónoma de Valencia con tres personas discapacitados. Debido a su éxito, se expanden las operaciones a tres actividades económicas: la mensajería original, la mensajería urbana (cubre un distrito de 2 mil metros), y la distribución. Con veintiocho empleados ahora, la facturación se mantiene estable a pesar de los cambios tecnológicos debido a la buena definición del producto, la consciencia medioambiental, y la alta calidad de servicio. Aunque la entrada de la firma electrónica y la competencia de Internet potencialmente enfrentan este sector, la diversificación de cobertura y actividad (como la creación reciente de un Taller de Mecánica), alta calidad de servicio por el precio, y seguro añadido aseguran la continuación y la supervivencia de esta empresa.

2. IMPAR
Sector: Jardinería

Actualmente, IMPAR se suma a SOL I VENT – la empresa original de jardinería que nació desde Nova Terra. Dedicado a trabajo de jardinería y mantenimiento de todo tipo de infraestructuras, IMPAR llega a tener en su plantilla alrededor de 70 trabajadores en las temporadas altas, de ese modo, posibilitando un número superior de puestos de inserción. Como Raúl Contreras destacó en la sesión, al principio, este proyecto tenía muchos problemas debido a la saturación del mercado. Pero, con un cambio de estrategia y la cooperación con la vinculación explícita con el mercado convencional, logra el éxito. El abril de 2004, IMPAR y SOL I VENT aplicaron un acuerdo de unión para que estas dos empresas

de jardinería nacidas de la misma asociación (Nova Terra) suman sus fuerzas para aumentar las plazas de inserción. Rápidamente, se ha duplicado el número de personas de inserción que utilizan esta empresa como medio para resolver su situación socio-laboral.

Vinculada con una gran empresa existente, el beneficio de la escala de IMPAR es gestionar muchos trabajos con menos esfuerzo de financiación. Además, la mezcla de empleados – la sinergia y la interacción entre los colectivos excluidos y los trabajadores convencionales – facilita la inserción laboral y social. En teoría, con la rentabilidad de la empresa en conjunto, el empresario sigue incorporando en la cultura empresarial a gente de exclusión social.

Desafortunadamente, este año, la empresa no ha incrementado sus posibilidades de puesto de inserción. Debido a la inexistencia de la ley y como consecuencia, falta del apoyo público, IUNA ha soportado el coste extra de los trabajadores, de ese modo, limitando en desarrollo de la actividad de inserción. Actualmente, sólo tres personas de inserción están incorporadas en IMPAR, una de las cuales es la alumna que realizó prácticas tras cursar el Módulo Formativo de Jardinería dentro de la Sección de Enseñanza Secundaria del Centro Penitenciario de Picassent. En el boletín más reciente, IUNA expresa su deseo de generar un incremento en el orden de un 200 o 300% de puestos de trabajo para personas de exclusión con la implementación de la ley. Claramente, IMPAR representa el primer paso en el desarrollo de la visión de “las empresas mochilla”.

3. Mariola Sorells **Sector: Construcción**

La empresa más joven, Mariola Sorells fue construida en el 2006, dedicada a la rehabilitación de viviendas con criterios de bioconstrucción. Con una plantilla básicamente

femenina, Mariola Sorells cambia la noción tradicional que sólo los hombres trabajan en el sector de construcción. Actualmente, Mariola Sorells tiene tres líneas principales de trabajo:

1. Rehabilitación de viviendas para el mercado ordinario
2. Rehabilitación de viviendas para ONGs y sus usuarios
3. Inmobiliaria social

Debido a su juventud, esta empresa se enfrenta con el desafío de lograr la sostenibilidad. Según un estudio de la Fundación de la Federación de la Educación Empresarial que encuesta más de 36.000 pequeñas empresas independientes, durante la vida de una empresa, sólo un 39% logra la rentabilidad, un 30% cubre los costes, un 30% pierde moneda, y un 1% queda indeterminable. La Fundación concluye que cumulativamente, un 64.2% de las empresas fracasa en un periodo de 10 años.²⁰ No obstante, las estadísticas revelan que si una empresa va a fracasar, un 85% falla dentro de 5 años²¹, surgiendo que para Mariola Sorells, este periodo temprano es crítico para determinar su viabilidad de largo plazo. No obstante, según los boletines internos, esta empresa está cobrando velocidad, especialmente después de la construcción de su oficina.

Para suficientemente contextualizar la última empresa, es necesario proseguir con una exposición sobre el concepto del comercio justo.

G. El comercio justo:

Según la Unión Europea²², el comercio justo se aplica generalmente a “las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial. Los dos principios fundamentales son: 1) garantizar que los productores, incluidos los trabajadores, tengan una participación adecuada del beneficio total, 2) mejorar las

²⁰ Klein, Karen. “What's Behind High Small-Biz Failure Rates?” 1999. <http://www.businessweek.com>

²¹ Saito, Fuji. Dun and Bradstreet. <http://www.creditman.biz/insolven/d&bstats.html>

²² Comunicación de la Comisión al Consejo, 29 de noviembre de 1999, relativa al «comercio justo» COM (99) 619

condiciones sociales, en concreto las de los trabajadores en los casos en que no existen estructuras desarrolladas de servicios sociales y representación laboral.” Difiriendo del comercio ético, el comercio justo tiene como objetivo el desarrollo a largo plazo, incorporando la participación voluntaria de los vendedores y consumidores.

Incorporando estos principios fundamentales, IUNA se define el comercio justo con las siguientes características²³:

1. Remuneración de la producción que permita a los productores y sus familias conseguir un nivel de vida adecuado
2. Condiciones de trabajo para los productores que no perjudiquen su bienestar físico, psicológico, o social
3. Producción económica y socialmente sostenible que cubre las necesidades de la generación actual sin comprometer la generaciones futuras
4. Utilización de las vías más eficientes de llevar un producto desde el productor hasta el consumidor, evitando especuladores e intermediarios innecesarios
5. Condiciones de producción y comercialización que reserven un tratamiento preferencial a la participación de los productores de las decisiones, una producción indígena, pequeñas y medianas empresas, y la distribución equitativa de los ingresos generados
6. Campañas de sensibilización sobre la relación entre la elección de los consumidores y la vida de los productores y condiciones laborales
7. Trabajo de campañas que va dirigido a cambiar las injustas estructuras de comercio internacional

Reconociendo la necesidad de promover estos objetivos, nace la última empresa, trazada abajo. Al crear un nuevo canal de distribución de los productos de la economía solidaria, esta empresa directamente favorece el comercio justo a través la modificación de la demanda. Es decir, en comparación con las otras empresas de IUNA que intentan estimular la producción más justa a través la oferta (las empresas que proveen los servicios y bienes), Mes Contraste directamente apela al consumidor, de ese modo, invirtiendo el proceso de promover la inserción laboral, el respecto medioambiental, entre otros valores sociales, en el sector empresarial.

²³ “Introducción.” IUNA, 1999.

4. Mes Contraste **Sector: Distribución, Comercialización**

Un canal de distribución de productos de la Economía Social, Contraste cita los productos del consumo que provengan “del comercio justo o responsable, del respeto medioambiental, de proyectos de cooperación internacional, de financiación alternativa y social, de aquellas empresas que trabajan con programas de inserción, y generalmente, del conjunto de la economía alternativa...economía sin ánimo de lucro que tiene en la persona y su medio sus objetivos y fines”²⁴. Respondiendo a la carencia de redes de distribución de productos de la economía solidaria en toda España, su catálogo se divide en dos partes: 1) aquellos productos y servicios que cumplen unas condiciones económicas, medioambientales, y sociales, y que se venden desde el catálogo, 2) listado de entidades que colaboran en su difusión. Basado en la red y en 40 puntos de la provincia, Mes Contraste satisface las demandas del nuevo consumidor, consciente de las consecuencias sociales y medioambientales de sus propias decisiones del consumo. De momento, la iniciativa se extiende a la provincia de Valencia, aunque intenta cubrir toda la Comunidad Valenciana en dos años, aspirando a lograr un carácter nacional con actividades en País Vasco, Cataluña, y Aragón.²⁵ En conjunto, la iniciativa engloba a empresas de economía social, de inserción laboral, y de productos ecológicos con un catálogo que ofrece productos y servicios diversos, desde la alimentación artesanía hasta la financiación y el transporte. Los sectores principales incluyen: alimentación, artesanía, turismo, edición, jardinería, construcción, transporte y distribución, energías alternativas, y financiación alternativa.

Al cambiar la estrategia de la comercialización e invertir en el marketing social para diferenciar los productos, Mes Contraste ha mejorado su posición después de las dificultades iniciales. Como un canal de distribución alternativo – un espacio de comercialización único –

²⁴ Mes Contraste Catálogo, IUNA. <http://www.reasnet.com/iuna/>

²⁵ “Nace Contraste, un canal de distribución de productos y servicios de economía social en Valencia.” Canal Solidario, 2005. <<http://www.canalsolidario.org/>>

Mes Contraste satisface la alimentación psicológica, creando un circuito cíclico del consumo básico basado en las éticas. Con la maduración de la economía capitalista y el alto nivel de vida, existen un excedente de recursos y una nueva consciencia social. En contraste con el modelo tradicional consumista de Milton Friedman, la gente no sólo compra puramente por las cosas físicas, sino también por los sentimientos. Por eso, Mes Contraste cumple el deseo de los consumidores que estima el valor añadido del consumo social. Actualmente, el éxito de Mes Contraste se base en las referencias, pero todavía requiere un mercado más amplio para continuamente crecer. Aunque no es rentable ahora, IUNA espera que Mes Contraste alcance la rentabilidad en largo plazo, especialmente en vista de las pautas de consumo cambiantes.

H. Bolsa social:

Aunque algunos pensadores consideran la Bolsa como la expresión más genuina del capitalismo, IUNA reconoce que poco a poco, la definición de ser capitalista se democratiza, de ese modo, incluyendo las empresas participadas por los pequeños accionistas. Apoyando la visión de la economía solidaria, IUNA utiliza un instrumento tradicionalmente reservado por las grandes empresas de la economía convencional para desarrollar y sostener la expansión de las empresas de inserción de la economía alternativa. Por eso, conceptualmente, la Bola social representa un método de financiación coherente con su lógica empresarial y meta social.

El propósito de la venta de acciones con firme compromiso del mantenimiento de un mercado secundario es financiar la creación de las sucesivas empresas de inserción sin donaciones y préstamos. Al evitar las donaciones y subvenciones, IUNA asegura su independencia y supervivencia, esencial a su estructura empresarial. Asimismo, debido al riesgo de sus proyectos, la necesidad de poner garantías o encontrar un consignatario para obtener un préstamo de las instituciones financieras hace peligrar las condiciones económicas

y las redes sociales de la gente excluida. Además, la carga de pagar interés a menudo no considera la incertidumbre financiera en los primeros años de la empresa.

Se comprometido a mantener la liquidez de las aportaciones, IUNA afirma que, junto con una gestión transparente y un modelo social sostenible, la alta rentabilidad social y la posible rentabilidad económico aseguran el éxito de la Bolsa social. En la primavera del año 2000, IUNA obtuvo un capital inicial de 180.300 euros que se cubrieron con la venta de 3.000 acciones a un precio nominativo de 60,10. Cinco años después (2005), los 3.000 títulos, suscritos mayoritariamente por particulares y que pueden ser vendidos en cualquier momento, han permitido que 127 personas hayan trabajado en las cuatro empresas de IUNA, todas ellas con el claro objetivo de la inversión ética, social, y solidaria como estandarte.

En los fines de 2005, IUNA anunció una ampliación de su capital social con la puesta en circulación en el mercado de otras 4.000 acciones de 59,86 euros por título, bajo el lema “iuna y dos”. Suponiendo una ampliación de su capital fundacional de un 133%, IUNA obtuvo unos 240.000 euros adicionales a los 180.000 fundacionales, de ese modo rondando los más de 400.000 euros en totalidad. IUNA utiliza esta capital para crear Contraste, un canal de distribución de productos de la economía social.

Según el boletín más reciente (30 octubre 2006), el valor anual fue 59.86, proveyendo una rentabilidad media de -0.40%. A través los boletines internos, he documentado el movimiento histórico del precio en Figura 8 y 9. Aunque parece que el valor actual y la rentabilidad media han disminuido constantemente en los tres últimos años, hay que tomar en cuenta que la escala del cambio es muy minuta con poca volatilidad. Además, en vista de la venta de acciones para crear Contraste en 2005, el hecho que el capital adicional no diluye el valor actual de las acciones significa que IUNA ha alcanzado una estabilidad impresionante.

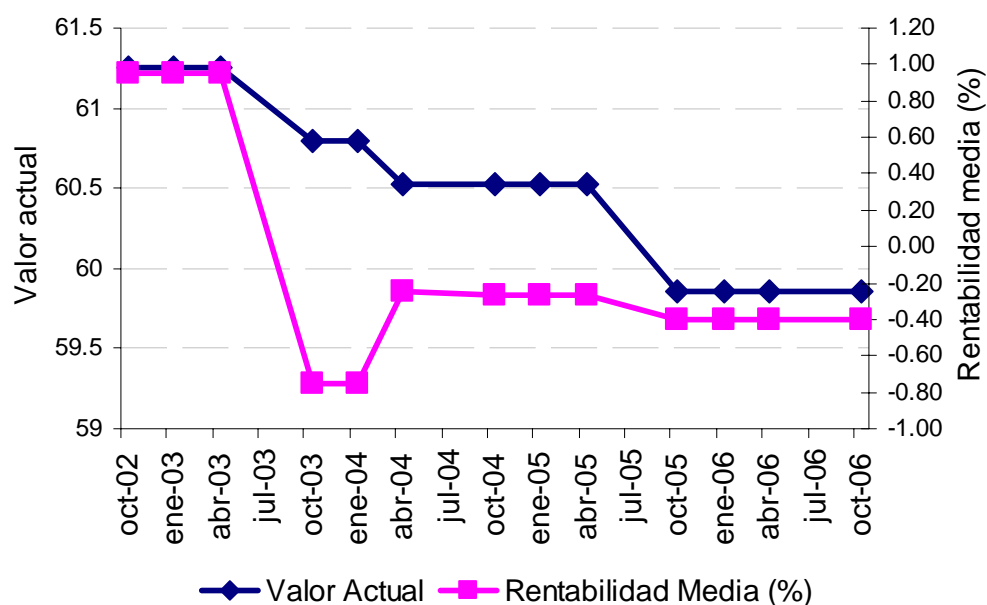
Figura 8. Evolución de las acciones de IUNA

Fecha	Liquidez Media (días)	Liquidez 31/12 (días)	Rentabilidad Media (%)	Valor Actual
n° 7 Octubre 2002	20.21	0	0.95	61.25
n° 8 Enero 2003	18	0	0.95	61.25
n° 9 Abril 2003	17	0	0.95	61.25
n° 10 Octubre 2003	18	0	-0.75	60.80
n° 11 Enero 2004	18	0	-0.75	60.80
n° 12 Abril 2004	15	0	-0.25	60.52
n° 13 octubre 2004	--	0	-0.27	60.52
n° 14 enero 2005	--	0	-0.27	60.52
n° 15 abril 2005	--	0	-0.27	60.52
n° 16 octubre 2005	--	0	-0.40	59.86
n° 17 enero 2006	--	0	-0.40	59.86
n° 18 abril 2006	--	0	-0.40	59.86
n° 19 octubre 2006	--	0	-0.40	59.86

Fuente: Elaboración Propia, Boletines de IUNA

Apunte: el método de calcular el valor actual no es publicado. Puesto que el mercado de la oferta y la demanda de los valores de IUNA es muy pequeño, la determinación del valor actual es muy complicada porque no hay suficiente escala o volumen para utilizar el mecanismo del mercado para llegar a un precio concreto. Además, la figura de la rentabilidad media (%) no coincide con los cambios cada trimestre. Parece que recientemente, la determinación del valor actual sólo ocurre una vez cada año, que francamente, no sugiere suficiente liquidez.

Figura 9. Evolución del valor actual y la rentabilidad media de las acciones sociales de IUNA



Fuente: Elaboración Propia, Boletines de IUNA

En contraste con el concepto tradicional de la “bolsa social”, en la cual, un fondo de inversión filtra las empresas convencionales con criterios diversos, incluyendo la consciencia sobre el medioambiente, las condiciones laborales, el desarrollo humano, el derecho humano, la coherencia religiosa, entre otros criterios, IUNA hace el revés. En los fondos de inversión socialmente responsables, los criterios sociales están subordinados a la rentabilidad económica – aunque las empresas constituyentes incorporan elementos sociales, todavía sacan provecho de la economía convencional. Por ejemplo, debido a su dedicación pública (marketing social) a promover los estándares laborales después del escándalo, Niké está incorporado en muchos fondos de inversión social, a pesar de la crítica que sus esfuerzos en realidad son insuficientes. En este sentido, los filtros sociales sólo representan una dimensión superficial, especialmente porque algunas veces, carecen coherencia. Es decir, aunque los inversores pueden poseer acciones del fondo de inversión socialmente y medioambientalmente responsable, también invierten en empresas de petróleo o selvicultura. Ahora mismo, el volumen de activos en fondos de inversión socialmente responsables han crecido dramáticamente, alcanzando más de \$2,15 trillones en el principio de 2003.²⁶ En mi opinión, a pesar de estas críticas, la consciencia creciente de la insuficiencia de la economía convencional y la incorporación de elementos sociales en la creación de una cartera señalan un cambio significativo en las decisiones del consumo y la inversión. Implícitamente, estos fondos suponen la idea central de Raúl Contreras – que los objetivos sociales no son incompatibles con la rentabilidad, y sobre todo, para ser rentable en el futuro, las empresas han de incorporar la sostenibilidad medioambiental y laboral. Asimismo, la explosión en el volumen y el discurso sobre la inversión socialmente responsable indican el reconocimiento general que el funcionamiento actual quizás comprometen los recursos y los activos del futuro – que el acto de la inversión debe contribuir al desarrollo de los objetivos sociales.

²⁶ The Social Investment Forum. <<http://www.socialinvest.org/>>

En contraste con el modelo antemencionado, la bolsa social de IUNA subordina la rentabilidad económica a la meta social, utilizando los recursos directamente en el fomento de la economía solidaria. Por eso, a pesar de su dimensión social, los fondos de inversión socialmente responsables pierden legitimidad si constantemente devuelve una tasa de rendimiento negativa. En contraste, como Raúl Contrareras destacó en su conferencia, el propósito principal de los inversores de IUNA es contribuir directamente en las operaciones concretas para promover la inserción laboral, por ende, la rentabilidad no es tan importante que la meta social. Debido a este carácter único las acciones de IUNA logran la estabilidad porque el valor no es significativo de la especulación, sino la dedicación del largo plazo a la actualización de la economía solidaria.

I. Impactos sociales y retos para el futuro:

Actualmente, IUNA ha creado 38 puestos de trabajo de inserción. Los trabajadores de inserción constituyen un 43,58% de todos los puestos disponibles. En el periodo abril-septiembre, IUNA ha incorporada 11 nuevas personas. Durante este mismo periodo, 5 personas salieron. También hay 3 personas que se incorporan a la empresa para sustituir bajas.

En contraste, sólo un año antes, sólo existía 33 puestos de trabajo, y los trabajadores de inserción constituyen un 30,30% de las empresas. Los resultados son resumidos en Figura 10 que presenta una tabla de la evolución de los puestos de trabajo.

Figura 10. Crecimiento e impacto social

Fecha	Puestos de trabajo de inserción	Porcentaje de trabajadores de inserción (%)	Personas que se incorporan a la empresa en el trimestre	Número de personas que salen de las empresas en el trimestre
n° 7 Octubre 2002	22 ^a	--	--	--
n° 8 Enero 2003	24	46	0	2 ^b
n° 9 Abril 2003	26	--	2	0
n° 10 Octubre 2003	27	50	13	13 ^c
n° 11 Enero 2004	28	50	3	1
n° 12 Abril 2004	26	55	3	5
n° 13 octubre 2004	30	55	12	9
n° 14 enero 2005	29	32	7	9
n° 15 abril 2005	27	30	2	3
n° 16 octubre 2005	33	30	7	1
n° 17 enero 2006	34	37	9	8
n° 18 abril 2006	30	37	5	1
n° 19 octubre 2006	39	44	11	5

Fuente: Elaboración propia, Boletines de IUNA

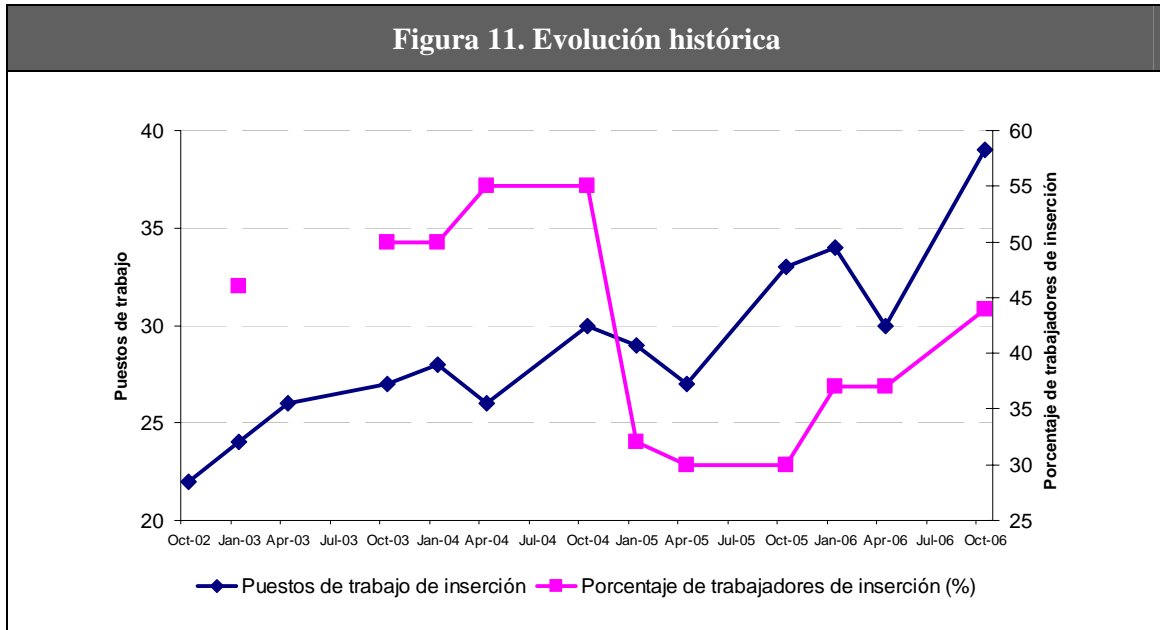
^a Personal de Impar: 5 personas (2 de inserción); Personal de Portmail: 21 personas (20 de inserción)

^b Por circunstancias personales del trabajador (1); por finalización del contrato temporal (1)

^c Por finalización del contrato temporal (4), Por voluntad del trabajador: 6 de los cuales 3 se incorporaran al mercado laboral ordinario

Como ilustrado en el siguiente gráfico (Figura 11), aunque claramente los puestos de trabajo de inserción aumentan casi constantemente cada trimestre, el porcentaje de trabajadores de inserción es más volátil, disminuyendo bruscamente en 2004 y recuperando gradualmente este año. Una razón que explica estas pautas es la diversificación de las empresas. Puesto que Port-Mail, una de las empresas más establecidas, utiliza un porcentaje más elevado de trabajadores de inserción, la dilución ocurre con la creación de nuevas empresas. Además, en el año 2004, IMPAR seguía inmersa en momentos difíciles, por lo tanto arriesgando los puestos de trabajo de inserción. No obstante, según los boletines relevantes, mientras que la producción no paraba, la inserción laboral pervivía, y como consecuencia, no afectaba el número de puestos de trabajo de inserción. Con la unión de IMPAR y SOL I VENT, sin embargo, aunque el potencial de inserción del conjunto se amplía considerablemente, el porcentaje de trabajadores de inserción disminuyó debido a la

dilución resultante del número de empleados normales de SOL I VENT. No obstante, hay que tomar en cuenta que esta unión también facilita el proceso de la inserción a través la interacción entre los colectivos excluidos y los empleados del mercado convencional.



Fuente: Elaboración propia, Boletines de IUNA

Como Raúl Contrareras explicó en su discurso, existen dos retos principales: 1) la falta de un marco jurídico adecuado para las empresas de inserción; 2) la inserción laboral de los empleados temporales que terminan su contrato con IUNA. Con la aprobación de la ley valenciana sobre las empresas de inserción este diciembre, se reduce el primer problema con la provisión de más ayuda y reconocimiento público, pero el segundo desafío queda imponente. Especialmente con el uso de drogas, la falta de redes sociales y familiares, y el sentido agobiante de la impotencia personal, aunque el contrato temporal con IUNA aumenta las destrezas y la experiencia laboral de la gente excluida, de ese modo abriendo las puertas en el mercado laboral, la posibilidad del mantenimiento de la exclusión social y económica todavía dura.

En relación con este tema grave, es esencial documentar la trayectoria laboral de las personas que salen de las empresas para determinar el impacto social de IUNA en mediano a

largo plazo. En este sentido, recomiendo que IUNA publique transparentemente sus desafíos y logros, cuantificando y analizando la experiencia de todos sus empleados que han salido. Me doy cuenta de que los boletines anteriores contienen esta información, pero poco a poco, la especificación de la información disminuye. Últimamente, las empresas de inserción están creadas como un eslabón del proceso formativo con el objetivo de dar a personas en riesgo de exclusión las habilidades y herramientas que les van a permitir una salida laboral e integrarse de manera real en la sociedad.²⁷ Puesto que IUNA adopta la estructura de una empresa normalizada para crear un entorno de verdadera interacción con el mercado real, ya existe una ventaja en facilitar la inserción. No obstante, la transparencia queda una cuestión clara porque la instigación de un diálogo social sobre la realidad depende de la voluntad de compartir abiertamente la información, a pesar de una perspectiva pesimista. En resumen, para impulsar nuevas iniciativas y reformas, hay que enfrentarse con las incompetencias actuales.

III. Reflexiones Personales

En esta introducción, intento subrayar algunos elementos de mi propia experiencia con el cambio social desde la profesión propia y mi interacción y participación en la creación de la economía solidaria. En cuanto a mi formación académica, soy estudiante del Programa Huntsman de Wharton, concentrando en tres especializaciones primarias – las finanzas, el desarrollo internacional, y los estudios internacionales – y dos especializaciones secundarias – las matemáticas y el español. Debido a mis logros en la investigación estudiantil y en mis estudios académicos, soy becaria en tres programas del honor en mi universidad – Benjamín Franklin Scholars, Joseph Wharton Scholars, y University Scholars, enfocando en dos temas relacionados con la economía social – la evaluación del impacto de microfinanzas y la responsabilidad social de empresas. Al reconocer la importancia del compromiso social en la

²⁷ “Raúl Contrareras: Emprendedor Social de Ashoka.” Fundación Ashoka.
<<http://www.emprendoressociales.org>>

vida profesional, entré en una competición de propuesta del proyecto y gané una beca de StartingBloc – un programa nacional que intenta cultivar “social entrepreneurship” y la conciencia social, vinculado con los grandes bancos de inversión de Nueva York. Especialmente después de mi aprendizaje en Credit Suisse este verano pasado, creo en la trascendencia del cambio social desde la propia profesión para inculcar una concepción holista del compromiso social. En vez de sólo crear una fundación filantrópica desasociada de las operaciones diarias, la consideración de los valores y las consecuencias sociales debe formar una parte integral, coherente con las funciones y la misión de la empresa. El cambio social desde la propia profesión no ocurre si un individuo gana mucho dinero en su trabajo y después contribuye a las causas caritativas, sino cuando el individuo utiliza sus propias destrezas y tiempo para desarrollar su propia visión social, como ilustrado en el ejemplo de Raúl Contreras. Es decir, la contribución a la causa social no sólo constituye un medio para lograr un fin, sino el proceso demanda una transformación personal y un compromiso profundo. Ciertamente, aunque la ayuda financiera también constituye un elemento esencial, especialmente porque muchas causas sociales faltan los recursos necesarios para conseguir su meta, la contribución personal a través la integración de la vida profesional con los principios de solidaridad produce una satisfacción sin paralelo.

Especialmente en vista del creciente dialogo sobre el desarrollo sostenible y la pobreza, el cambio social desde la propia profesión ha estimulado un movimiento generalizado y un renacimiento de la acción colectiva. Puesto que la liberalización económica y el movimiento libre del capital acentúan la desigualdad, la cuestión del desarrollo humano ha perdido el carácter nacional y doméstico, convirtiéndose en una preocupación mundial debido a sus repercusiones globales sobre la seguridad y el crecimiento futuro. Por ejemplo, sólo dos décadas antes, la idea de microfinanzas fue acogida con escepticismo debido a su confianza en el espíritu emprendedor de los más pobres. En actualidad, especialmente a la luz

del Premio Nobel de Muhammad Yunus, el optimismo sobre las microfinanzas es casi demasiado exuberante. En su núcleo, los profesionales de microfinanzas reconcilian la rentabilidad y la sostenibilidad financiera con el compromiso social de ayudar a los más pobres, confiando en sus proyectos y capacidad de gestionar el micropréstamo. Para contrarrestar los efectos de la fatiga de ayuda, engendrada por pocos resultados a pesar del volumen concedido de ayuda, la sociedad ha reconocido la importancia de desarrollar más movimientos a nivel de las bases, requiriendo una nueva generación de profesionales valientes, dispuestos a interactuar directamente con los colectivos pobres para maximizar la eficiencia y la eficacia de la ayuda, dedicando su tiempo, conocimiento, y habilidades.

He trabajado en diferentes organizaciones sin ánimo de lucro para participar en el diálogo socioeconómico sobre la incorporación de elementos de la solidaridad en la economía convencional, y después de mi graduación, aspiro a continuar a través mi vida profesional. En cuanto a mi experiencia en microfinanzas, trabajo como una analista de data para FINCA (Fundación para la Asistencia Internacional Comunitaria)²⁸ – una de las instituciones de microfinanzas más grandes con operaciones en 23 países, más de 370.000 clientes, y más de un billón de préstamos concedidos en los cinco últimos años. Ahora mismo, soy becaria de la Fundación Nantik Lum, ayudando en el proceso de crear un fondo rotatorio de microfinanzas en Chiapas, México y publicar una monografía sobre la práctica de microfinanzas en España.

Además, soy una encargada de proyectos del Centro de Interdependencia²⁹, una organización que facilita el diálogo constructivo sobre la liberalización económica y la reconciliación cooperativa de los problemas mundiales. Coincidiendo con mi investigación sobre la gestión de los intereses de los tenedores de apuestas, soy ayudante de investigación y de enseñanza para Profesor Thomas Dunfee, uno de los intelectuales más conocidos en el

²⁸ FINCA (Foundation for International Community Assistance) <www.villagebanking.org>

²⁹ Global Interdependence Center <www.interdependence.org>

estudio de la responsabilidad social de empresas. En esencia, la expansión dramática de la noción de de la responsabilidad social, propulsada por la nueva consciencia del consumo del mundo desarrollado, atestigua a la preocupación extendida sobre la sostenibilidad y los resultados del modelo existente de producción. Aspirando a incorporar y reconciliar los objetivos sociales con los medios empresariales, la responsabilidad social de empresas ha generado nuevas iniciativas como la Global Reporting Initiative (GRI) para estandarizar la calidad de la revelación social de las grandes empresas para homogeneizar y valorar el impacto real. Aunque la crítica sobre este fenómeno persiste, especialmente enfocando en la suficiencia de las formas de ayuda, la responsabilidad social de empresas ilustra un primer paso, aunque modesto, en la reconciliación de la vida profesional con los cambios sociales. En resumen, en vista de mi experiencia básica con la economía solidaria y el dialogo en curso sobre el cambio social desde la propia profesión, reflexionaré sobre IUNA y el contexto general de la economía solidaria.

A. Visión de la economía solidaria

La visión de la economía solidaria es fascinante porque se deriva de la consciencia renovada de las economías desarrolladas. Sólo el afianzamiento de empresas grandes y el exceso del consumo y la producción capitalista provocan la reacción opuesta – la afirmación de la importancia de incorporar el medioambiente, la diversidad, y los estándares laborales en la visión de una economía justa, basada en los principios de solidaridad, igualdad, compartir, y autonomía. Esta epifanía claramente surge en la escritura de E.F Schumaker, un economista respetado de Gran Britana que declaró que la concentración inquebrantable a la producción y la tecnología deshumaniza el trabajador – que el lugar del trabajo debe ser digno y positivo primero, y segundo eficiente, y que la naturaleza es inestimable. Un colega de J.M Keynes y J.K Galbraith, Schumacher propuso la idea de “lo pequeño y lo grande” – en otras palabras, una forma específica de descentralización para que una organización grande pueda funcionar

como un grupo relacionado de organizaciones pequeñas. Especialmente en vista de que la escala despersonaliza la producción, de ese modo, sacrificando la participación libre a favor de la jerarquía y la eficiencia, Scumacher considera la preservación de la comunidad íntima y la calidad del trabajo como más importantes que el materialismo moderno. Intrínsecamente, Scumacher reconoce la importancia de considerar la vida laboral en contexto con los principios sociales, por ende, consiguiendo el cambio social por la existencia propia de este modelo de trabajo.

Interesantemente, IUNA es la personificación de esta idea central de Schumacker. Puesto que IUNA funciona como un “holding” de pequeñas empresas de inserción, en principio, logra simultáneamente la escala para promover su objetivo social y también la intimidad de producción. Además, la obra de Schumaker enfatiza las inquietudes ecológicas y el espíritu comunitario. En casi todas las empresas constituyentes de IUNA, como Port-Mail y Contraste, estos principios fundamentales sobre el desarrollo de la comunidad y la protección del medioambiente se incorporan. En vez de los esquemas grandiosos para promover la economía solidaria, las iniciativas más exitosas se enfocan en el microentorno – la economía local – como reconocido por IUNA.

Lamentablemente, existe una tensión entre el aspecto inherentemente localizado de la economía solidaria y su objetivo de reformar la macroeconomía. Con estructuras empresariales como la cooperativa, intrínsecamente limitan el tamaño de operación. Puesto que el gobierno democrático y participativo requiere la eficiencia, si la empresa incluye demasiada gente, pierde la eficacia y la rentabilidad. Es decir, inextricablemente, la grandeza y su acompañante burocracia suponen la pérdida de la intimidad y la participación igualitaria. Fundamental al pensamiento marxista, la producción capitalista inevitablemente deshumaniza al trabajador debido a que la avaricia y el empuje hacia la eficiencia y la rentabilidad

(producción de escala, mecanización, división de labor, reducción de salarios) desprecian el elemento humano.

Idealmente, la solución de “lo pequeño en lo grande” de Schumaker presenta una alternativa viable para lograr la vastedad del impacto sin comprometer el principio del enfoque local y la intimidad de la producción. No obstante, esta estructura todavía se enfrenta con limitaciones a través los costes adicionales de la producción y las transacciones descentralizadas. Además, semejante al dilema del prisionero, puesto que el resto de la economía queda bajo la superestructura convencional, cediendo al apetito voraz del consumo y producción, este nuevo modelo pierde la competitividad, y como consecuencia, la viabilidad. Por eso, una preocupación central es que la economía solidaria todavía pertenece a la periferia y el margen de la economía, casi una contra-cultura, conllevando a la gente consciente de las pautas destructivas del consumo, los colectivos excluidos, y los idealistas. Lógicamente, el desafío principal es establecer un marco para incorporar elementos de la economía solidaria en el mercado convencional, renovando la integridad del consumo y producción bajo un consenso mayoritario – un método de reformar la corriente dominante económica sin polarizar a sus colectivos diversos.

B. El modelo español para la empresa de inserción y el contexto estadounidense

Aunque en los Estados Unidos existen muchas ONGs que intentan mejorar la formación técnica, instituciones de microfinanzas, y ejemplos de “social entrepreneurship”, el método de rectificar los trastornos socioeconómicos resultantes de la economía convencional difiere del modelo español. De hecho, la noción de la “empresa de inserción” no existe en los Estados Unidos. Ciertamente, como parte del programa de rehabilitación, especialmente vinculado con los centros penitenciarios, el gobierno ofrece cursos de formación y crea puestos de trabajo y las oportunidades del servicio comunitario, pero no se halla una forma

jurídica de empresa de inserción. Jurídicamente, existe el “Americans with Disabilities Act”³⁰ y el “U.S Equal Employment Opportunity Commission”³¹ que prohíben la discriminación en el mercado laboral, y también favorecen la creación de programas que activamente tratan de incorporar los colectivos desfavorecidos. No obstante, pienso que la adopción del modelo de la empresa de inserción en los Estados Unidos provee una medida adicional para aumentar la diversidad y la igualdad en el mercado laboral.

En general, en contraste con la Unión Europea y España, la disparidad entre las clases socioeconómicas en los Estados Unidos es más pronunciada. Como destacado en Figura 14, el 1% de la población más rica posee un 33.4% de la riqueza neta total en contraste con el 80% de abajo que sólo compone un 15.5%. También, el 5% de la población más rica posee un 59% de la riqueza total.³² La brecha entre la clase rica y pobre ha empeorado constantemente en las últimas dos décadas.

Figura 14. Distribución de riqueza neta y la riqueza financiera en los Estados Unidos (1983-2001)

	Total Net Worth			Financial Wealth			
	Top 1 percent	Next 19 percent	Bottom 80 percent	Top 1 percent	Next 19 percent	Bottom 80 percent	
1983	33.8%	47.5%	18.7%	1983	42.9%	48.4%	8.7%
1989	37.4%	46.2%	16.4%	1989	46.9%	46.5%	6.6%
1992	37.2%	46.6%	16.3%	1992	45.6%	46.7%	7.7%
1995	38.5%	45.4%	16.1%	1995	47.2%	45.9%	7.0%
1998	38.1%	45.3%	16.6%	1998	47.3%	43.6%	9.1%
2001	33.4%	51.0%	15.5%	2001	39.7%	51.5%	8.8%

Fuente: Domhoff, 2006³³

En las grandes empresas de Standard and Poor’s 500, el salario medio del CEO es \$13.51 millones en 2005³⁴, en contraste con el salario mínimo de \$5.15 dólares cada hora de

³⁰ Americans with Disabilities Act: <http://www.usdoj.gov/crt/ada/adahom1.htm>

³¹ Equality Employment Opportunity Commission: <http://www.eeoc.gov/>

³² “Interview with Edward Wolff” Multinational Monitor, 2003. <<http://www.thirdworldtraveler.com>>

³³ Domhoff, William. “Wealth, Income, Power.” Sociology Department, University of California. <<http://sociology.ucsc.edu/whorulesamerica/power/wealth.html>>

14.9 millones de estadounidenses (un 11% de la población)³⁵. Esta disparidad brusca absolutamente viola el principio de la economía solidaria de la igualdad. No obstante, en comparación con la Europa vieja, hay más dinamismo en el mercado laboral con un espíritu capitalista rampante, significando que se hallan más puestos de trabajo para los colectivos en riesgo de exclusión. Con comparativamente menos prestaciones de desempleo, menos provisión de ayuda social, y mínima legislación de protección laboral, los Estados Unidos se aproxima al capitalismo laissez-faire más que los países europeos. Por eso, engendra un conjunto de diferentes problemas sociales, incluyendo la disparidad de la riqueza, la calidad del trabajo, y la falta de la estabilidad del empleo.

No obstante, a pesar de estos problemas graves de la desigualdad y la inestabilidad, en contraste con la Unión Europea y España, la tasa del desempleo es significativamente más baja y el paro friccional eclipsa el paro estructural. Según el Departamento del Censo, la tasa de pobreza de los EEUU en 2005 fue un 12.6%³⁶, significativamente por debajo de la tasa de pobreza en España (Figura 1: 20%)³⁷. Además, comparativamente, la integración de los inmigrantes y las minorías étnicas causa menos controversia social. No obstante, puesto que 37 millones de personas viven en pobreza en los EEUU³⁸, en comparación con 8 millones en España, es fundamental que el gobierno estadounidense y la gente empresarial consideren la creación de las empresas de inserción para rectificar esta grave desigualdad, fomentando la inserción laboral para reducir la incidencia de la exclusión económica y social. En contexto con el dinamismo del mercado laboral en los Estados Unidos, la posibilidad de la inserción

³⁴ Executive Pay-Watch Database. AFL-CIO.

<<http://www.aflcio.org/corporatewatch/paywatch/ceou/database.cfm>>

³⁵ "A Primer on the Federal Minimum Wage." NPR.

<<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=5590214>>

³⁶ "Poverty: 2005 Highlights." US Census Bureau.

<<http://www.census.gov/hhes/www/poverty/poverty05/pov05hi.html>>

³⁷ Es importante tomar en cuenta que la metodología de determinar la tasa de pobreza difiere entre los Estados Unidos y la Unión Europea. Pero, en ambos casos, hay ajustes para determinar la paridad de poder de comprar relativa a la economía nacional. Por lo tanto, aunque la comparación no es perfecta, todavía es válida.

³⁸ *Ibid.*

laboral después de los contratos temporales en las empresas de inserción es potencialmente más alta que en España. Es decir, la implementación del modelo de la empresa de inserción cosecharía los beneficios convincentes debido a la flexibilidad del mercado laboral para proveer un conjunto más amplio de posibilidades. A pesar de los problemas persistentes de la discriminación en el mercado convencional, la demanda fuerte para el trabajo en comparación con la oferta aumenta las posibilidades de inserción laboral, especialmente en trabajos mediano-alto cualificados. No obstante, debido a la falta actual de incitativas y estructuras creativas para hacer frente a este problema grave de la falta de equidad socioeconómica, el cambio social desde la propia profesión recoge más urgencia.

C. Reflexiones sobre IUNA

La estructura de “holding” social es muy innovadora, especialmente porque subraya las sinergias entre empresas (por ejemplo, Contraste comercializa los productos de IMPAR, Port-mail, y Maria Sorrells) y logra la escala en la creación de puestos de inserción sin comprometer los principios fundamentales de la economía justa. Además, la visión de Raúl Contrareras de usar la lógica empresarial para lograr la meta social representa la manera ideal de combinar la eficiencia y la eficacia del mercado con los principios de solidaridad – el arquetipo del cambio social desde la propia profesión. Semejante a la concepción expuesta en el pensamiento de Schumacher, IUNA orienta su estrategia del desarrollo de la producción local para el uso local, aspirando a “lo pequeño en lo grande”. Relevante a la vida económica contemporánea, la descentralización de las empresas de IUNA preserva la escala de la visión de Raúl Contrareras sin comprometer la intimidad y la participación activa de sus constituyentes para asegurar un trabajo digno.

Al demostrar a otras empresas y el mercado convencional que las empresas que incluyen a la gente de colectivos en riesgo de exclusión pueden ser rentables, IUNA potencia

la incorporación generalizada, como en “las empresas mochilla”. Su meta final de eliminar la necesidad de crear empresas de inserción en el primer lugar es muy laudatoria, consciente de su propio carácter temporal en favorecer la integración total. Sin embargo, este liderazgo por ejemplo no es suficiente si no ocurre una reforma integral del sistema social y del mercado laboral para proporcionar más trabajo en general, de ese modo, paliando la presión de competición. Con su conocimiento práctica de los sectores que más adaptan a las necesidades de la gente de los colectivos excluidos, Raúl Contrareras y IUNA han creado un conjunto diversificado de empresas que propulsan la visión de la economía integrada y justa, finalmente eliminando la barrera entre el sistema convencional y el espacio expulsado. Además, la creación de la bolsa social y la estructura única de “holding social” reflejan la perspicacia de Raúl Contrareras en utilizar la lógica y las herramientas del mercado convencional para fomentar el desarrollo del mercado solidario.

No obstante, en mi opinión, IUNA debe ser más transparente, especialmente porque su modelo único puede inspirar otras adopciones y empresas semejantes. Como antedicho, la transparencia es un principio fundamental de las empresas de la economía solidaria. En contraste con otras empresas sociales que explícitamente incorporan la transparencia en sus principios fundamentales, IUNA provee muy poca información general en su sitio del Internet. En un sentido, esta decisión no coincide con su bolsa social – la sabiduría convencional siempre enlaza la función eficaz de la Bolsa con la información abierta, públicamente accesible, y transparente. Puesto que hace 7 años que IUNA funciona, la empresa probablemente ha recabado mucha información sobre la trayectoria profesional de la gente que ha terminado sus contratos temporales con IUNA. Con la publicación sistematizada de sus datos, IUNA no sólo puede identificar las áreas de competencia y de dificultades, sino también servir como una plataforma de los estudios académicos, de ese modo amplificando su impacto social por su contribución de la información. Además, si IUNA publica un

informe anual sobre sus logros, desafíos, evolución del impacto en facilitar la inserción, rentas, y costes, impulsa el progreso porque la revelación siempre impulsa el cambio.

D. El cambio social desde la profesión propia

Este estudio de caso sobre IUNA revela un ejemplo inspirador del cambio social desde la profesión propia, ilustrado en la trayectoria profesional de Raúl Contrareras. Para lograr el objetivo social de la economía solidaria y la inserción laboral, IUNA ha implementado una estructura novedosa de “holding” y la bolsa social para facilitar la creación de puestos de trabajo. Un emprendedor de visión extraordinaria, Raúl Contrareras sirve como un ejemplo para la nueva generación sobre las posibilidades del cambio social desde la profesión propia. En contraste con la responsabilidad social de empresas que algunas veces desvincula las actividades sociales con las operaciones diarias, IUNA ha integrado plenamente su objetivo social con la lógica empresarial, de ese modo, logrando la rentabilidad como un medio de crear más puestos de trabajo para colectivos en riesgo de exclusión. A través las redes de solidaridad, los empleados de IUNA y Raúl Contrareras han contribuido al desarrollo de otras iniciativas sociales empresariales, de ese modo, universalizando y compartiendo sus conocimientos prácticos para inspirar y apoyar a otros emprendedores sociales. Ciertamente, a pesar de la persistencia de algunos desafíos como la transparencia y la inserción laboral después del contrato temporal, el impacto de IUNA representa un paso importante en la evolución de la economía solidaria en España. Un principio fundamental del cambio social desde la propia profesión se base en la noción que la gente privilegiada en términos de formación, riqueza, y habilidades deben dedicarse a mejorar su entorno social – una forma de democratización del conocimiento y la interiorización de las externalidades sociales. Puesto que cada decisión de consumo y actividad se acompaña con un efecto generalizado, siempre es esencial considerar los

potenciales costes sociales, aunque aparentemente lejanos al principio. Indudablemente, aunque nadie puede controlar su derecho de nacimiento y sus privilegios intrínsecos, la dedicación de la vida profesional al cambio social representa un objetivo laudatorio de reconciliar los graves desajustes en el mundo actual.

En conclusión, en vista de la disparidad entre los países ricos y pobres, es fácil olvidar que también, la cuestión de la justicia comercial y económica existe dentro de un país considerado desarrollado. Además, a pesar del Internet y el sistema convencional de correos, las microempresas como la mensajería todavía funciona de manera rentable en las economías desarrolladas, cumpliendo una demanda especializada en los distritos del comercio locales. Al aprender sobre las diferentes estructuras de los participantes constituyentes de la economía solidaria en España, por ejemplo, la cooperativa, la comercialización de la economía alternativa, la “holding” social, y las empresas de inserción, regresaré a los Estados Unidos con una convicción renovada sobre las posibilidades creativas de implementar iniciativas en mi propia comunidad a lo largo de toda mi carrera.