

Proyecto SAGA

IO3 - Informe de Políticas SAGA

2020-1-HU01- KA204-078691



El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



Erasmus+

TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción	2
2. Guías de Formación SAGA	2
3. GRUPO OBJETIVO	3
4. PERSPECTIVAS POLÍTICAS	3
4.1 Tendencias en la Unión Europea	4
4.2 El desafío	5
4.3 Presentación de la solución SAGA	7
Políticas Rurales	7
4.4 Experiencias durante el proyecto	8
5. OBSERVACIONES FINALES	9
6. REFERENCIAS	11

1. Introducción

La tendencia de la despoblación rural a la que se enfrentan muchos países y regiones europeas está generando zonas conocidas actualmente como la "Europa Vacía", que afrontan retos demográficos y económicos específicos y relacionados con la falta de servicios públicos. Al mismo tiempo, estos territorios cuentan con un rico patrimonio culinario, gastronómico y/o de producción de alimentos que puede generar oportunidades muy interesantes para la región.

El proyecto SAGA contribuye a reducir las desigualdades de estas áreas, garantizar la recuperación económica y el crecimiento inclusivo y sostenible a largo plazo a través de un enfoque de co-creación y colaboración, involucrando a todas las partes interesadas con el fin de desarrollar y validar un programa de formación dirigido principalmente a las poblaciones que viven en la "Europa Vacía", pero que al mismo tiempo tienen un rico patrimonio culinario y/o la producción de alimentos. El proyecto desarrolla y evalúa un programa de formación innovador para quienes viven en este tipo de zonas rurales, abordando sus problemas acuciantes, como el desempleo y la revitalización económica y social, dotándolos/as de conocimientos, competencias y habilidades para desarrollar empresas sociales en los ámbitos gastronómico, alimentario y del patrimonio culinario.

SAGA ha desarrollado un conjunto de guías para facilitar su asimilación por parte de diversos actores y partes de interés, en consonancia con la filosofía y los objetivos de su programa de formación, y con el propósito de apuntalar, apoyar y mejorar las habilidades y competencias de los/as participantes y su esfuerzo para idear, crear y gestionar una empresa social en un sector específico relacionado con la alimentación, la gastronomía y el patrimonio culinario.

Estas guías complementan los principales resultados del proyecto.

2. Guías de Formación SAGA

La presente guía forma parte de este esfuerzo y de un conjunto más amplio de guías elaboradas para cada una de las partes de interés en SAGA.

Guía SAGA de Experiencias y Casos de Estudio: ofrece una recopilación de casos de estudios incluidos en el programa de formación SAGA, así como otras experiencias de emprendimiento (social) identificados en Europa que pueden utilizarse como herramienta de inspiración e innovación para concienciar sobre el papel del emprendimiento social como vehículo para paliar los retos demográficos de la Europa Vacía. Esta guía también puede utilizarse como herramienta de motivación para formadores/estudiantes y (potenciales) emprendedores/as sociales, e incluye algunos puntos de feedback de quienes ya han puesto a prueba el programa de formación.

Guía SAGA para Formadores/as: dirigida a docentes que vayan a utilizar el programa de formación SAGA de manera formal o informal. Incluye una visión general del programa de formación desarrollado durante el proyecto, sus contenidos y estructuras, y ofrece una guía para profesores/as, formadores/as y centros de formación que quieran aprovechar los recursos y contenidos del proyecto para potenciar las habilidades emprendedoras de sus alumnos/as, o incluir estos materiales de formación como recursos adicionales a su oferta formativa actual.

Guía SAGA para ONGs: para organizaciones de la sociedad civil, ONGs, instituciones nacionales y regionales que trabajen con/para grupos desfavorecidos en la Europa Vacía, y que estén interesadas en utilizar el programa de formación SAGA y los resultados del proyecto para generar su propia empresa social (colaborativa) en el sector identificado (alimentación, gastronomía y patrimonio culinario), o para apoyar a sus beneficiarios en la creación de sus empresas. La guía ofrece inspiración

e ideas sobre cómo estas organizaciones pueden utilizar y adoptar el programa de formación y los resultados de SAGA.

Informe de Políticas SAGA: conjunto de recomendaciones para los responsables políticos relacionadas con el apoyo a la creación de empresas sociales (colaborativas), como forma de generar actividad económica en la "Europa Vacía". Se centra específicamente en la importancia de un marco jurídico que proteja las acciones de las empresas sociales y ofrece una guía sobre cómo contribuir con el proyecto SAGA para promover el emprendimiento social en las zonas rurales como estrategia sostenible para el futuro.

3. GRUPO OBJETIVO

Está demostrado que las empresas sociales desempeñan un papel importante a la hora de abordar retos sociales, económicos y medioambientales, fomentar el crecimiento integrador, aumentar la cohesión social, alimentar el capital social local, apoyar la participación democrática y prestar servicios de buena calidad. También estas empresas han demostrado una mayor resistencia durante las últimas crisis económicas y financieras, y han creado más puestos de trabajo de los que han destruido. Todas éstas son buenas razones por las que las políticas nacionales, regionales y locales deberían apoyar la creación y el desarrollo de empresas sociales, por no mencionar los estudios que muestran cómo el dinero público destinado a apoyar la creación de empleo o la provisión de bienes y servicios por parte de empresas sociales representa una forma más eficiente de utilizar los recursos que otros métodos alternativos.

Por lo tanto, las políticas públicas de apoyo a las empresas sociales permiten a los gobiernos hacer frente a desafíos como el desempleo y otros de una manera más eficaz y eficiente, al tiempo que mejoran el gasto del dinero público.

Las distintas entidades gubernamentales (locales, regionales, nacionales, etc.) buscan formas de diseñar y aplicar políticas capaces de responder a la variedad de retos a los que se enfrentan las zonas rurales y de explotar sus recursos y potenciales no utilizados. Sin embargo, la forma en que se conciben actualmente estas políticas difiere mucho entre los países de la OCDE, en función de la especificidad de sus marcos institucionales y políticos

Por lo tanto, la presente guía ofrece a responsables políticos pasos completos para adoptar y aplicar con éxito marcos jurídicos adecuados para el emprendimiento social, con especial atención a la industria gastronómica y alimentaria. Les ayuda a identificar el momento adecuado para desarrollar marcos jurídicos. También les proporciona orientaciones concretas, incluidos los beneficios y los escollos que deben evitar, para sacar el máximo partido de los marcos jurídicos, y destaca prácticas notables recogidas principalmente de los países socios, pero también de Bélgica, Dinamarca, Francia, Italia, Luxemburgo, Polonia, Eslovaquia, Eslovenia y los países miembros de la OCDE.

4. PERSPECTIVAS POLÍTICAS

Hay muchas razones por las que este informe sobre políticas SAGA es útil para los responsables políticos (organismos públicos, entidades, gobiernos, ya sea a nivel local, nacional o internacional), como son entre otras:

- Los países reconocen cada vez más la contribución de las empresas sociales al crecimiento económico e integrador de sus comunidades, así como su papel en el desarrollo sostenible.
- Su regulación jurídica puede aumentar la concienciación y dar mayor legitimidad a las empresas sociales, facilitando su acceso a la financiación y a los mercados.

- Aunque en 16 países de la UE existe algún tipo de legislación sobre empresas sociales y en los otros 11 existen políticas o estrategias explícitas para impulsar su desarrollo, los responsables políticos reconocen la necesidad de modificar y/o actualizar la legislación preexistente para subsanar las deficiencias actuales y facilitar el futuro desarrollo de las empresas sociales.

Los responsables de las políticas públicas desempeñan un papel importante en la promoción de la innovación social. Pueden apoyar a las empresas sociales o asociarse con ellas, y también pueden permitir el desarrollo de estrategias de inversión de impacto que canalicen el capital privado para crear beneficios sociales y medioambientales medibles.

Los gobiernos tienen un interés fundamental en los nuevos modelos empresariales que aportan beneficios públicos. En consecuencia, los responsables políticos y los organismos públicos son a veces los primeros proveedores de recursos para las nuevas empresas a través de subvenciones e inversiones, o los primeros clientes a través del proceso de contratación. Y para los intermediarios y la infraestructura de los que dependen las empresas sociales, las instituciones públicas pueden proporcionar estabilidad a los mercados nacientes. Los responsables políticos pueden ver en estos nuevos mercados una forma de aprovechar y maximizar unos recursos limitados y de prestar servicios públicos de la forma más eficiente posible. Pero esta labor requiere una estrecha coordinación entre las partes interesadas públicas, privadas y de la sociedad civil para pasar de los objetivos políticos a los resultados prácticos, lo que puede resultar complejo.

4.1 Tendencias en la Unión Europea

Las empresas sociales han adquirido mayor visibilidad y han aumentado en número en los últimos años. Además, es probable que su relevancia aumente aún más en las próximas décadas, dados los acuciantes retos a los que se enfrentan los países europeos.

No obstante, la vulnerabilidad de las empresas sociales está en cierta medida relacionada con el debate fragmentado y la confusión conceptual que gira en torno a su papel en las sociedades contemporáneas. Además, esta vulnerabilidad se deriva de la fuerte dependencia de las empresas sociales de las políticas nacionales y locales, dada su fuerte integración en los sistemas de bienestar de los Estados miembros de la UE, los continuos cambios políticos y los recortes del gasto público.

La demanda de servicios personales y generales prestados por las empresas sociales es cada vez mayor. Aunque la gente todavía no es plenamente consciente del potencial de las empresas sociales, la sociedad en general está más concienciada socialmente: la gente muestra más interés por el consumo responsable, incluidos los productos locales, ecológicos y justos; las empresas demuestran más preocupación por su RSC; y los inversores prestan más atención a las cuestiones éticas. Esta mentalidad emergente, cada vez más sensible a la responsabilidad social, corrobora la sostenibilidad de la idea que subyace a la aparición de la empresa social: que las empresas también pueden dar prioridad a la persecución de objetivos sociales.

Las empresas sociales se enfrentan constantemente a problemas sociales crecientes, que difieren de un país a otro, así como dentro de los propios países y territorios locales. Los cambios demográficos relacionados con las bajas tasas de natalidad y el envejecimiento de la población, la inmigración (por ejemplo, en Alemania, Italia, Luxemburgo y Suecia) y la emigración (por ejemplo, en Bulgaria, Polonia, Rumanía y Eslovaquia), el cambio climático, el desarrollo regional y la marginación de comunidades y grupos vulnerable, incluidos los gitanos (por ejemplo, en la República Checa, Hungría, Rumanía y Eslovaquia), son algunos de los retos demográficos más acuciantes a los que se enfrentan las empresas sociales en los Estados miembros de la UE.

El papel y el potencial de la empresa social han demostrado estar fuertemente vinculados a las comunidades y los agentes locales que están dispuestos a interactuar con las empresas sociales para

abordar retos comunes. Frente a la incertidumbre y, a veces, la escasa eficacia de las políticas públicas nacionales, el papel de los municipios en el apoyo a las empresas sociales en sus contextos locales ha aumentado en muchos Estados miembros de la UE en los últimos cinco años. Los nuevos y actuales procesos de descentralización en la prestación de servicios sociales han colocado, y probablemente colocarán, a los municipios en una posición única para apoyar a las empresas sociales a nivel local.

Desde otro punto de vista, el patrimonio cultural constituye el alma y el espíritu de un territorio. Tiene un valor inherente para las comunidades locales y está presente en todos los aspectos de la vida: tradiciones, ética, comportamiento social, monumentos, lugares, artesanía, arte, inventos, etc. De ahí que el patrimonio cultural material e inmaterial sea un componente clave y contribuya enormemente al atractivo de las regiones, ciudades, pueblos y zonas rurales de Europa en términos de:

- Calidad de vida, dotándolas de carácter y ambiente y convirtiéndolas en lugares atractivos para visitar, vivir y trabajar.
- Atracción de inversiones del sector privado, desarrollo de sectores culturales creativos, atracción de talentos y empresas, mejorando así la competitividad regional tanto en Europa como en el resto del mundo.
- Desarrollo económico y sostenible de zonas rurales y paisajes culturales que puedan sufrir despoblación y falta de inversión.

4.2 El desafío

La adopción de marcos jurídicos para regular el emprendimiento social suele requerir procesos complejos y largos. Los responsables políticos pueden tener dificultades a la hora de seleccionar un enfoque jurídico adecuado, prepararlo para su adopción y, en última instancia, aplicarlo eficazmente. En algunos países, se han necesitado décadas de compromiso y concienciación para conseguir el apoyo político necesario para aprobar la legislación sobre empresas sociales.

Los marcos jurídicos de las empresas sociales dependen del contexto específico y no pueden transponerse de un país a otro. Es importante que los marcos jurídicos reflejen las condiciones concretas de un determinado país o región. Lo que funciona en un país puede resultar contraproducente en otro, limitando el ámbito de actividad de las empresas sociales, impidiendo su acceso a los recursos financieros o incluso, a veces, impidiéndoles cumplir su misión social.

En este sentido, conviene recordar que la OCDE define el espíritu empresarial social como *"toda actividad privada realizada en interés público, organizada con una estrategia empresarial, pero cuyo objetivo principal no es la maximización del beneficio, sino la consecución de determinados objetivos económicos y sociales, y que tiene la capacidad de aportar soluciones innovadoras a los problemas de la exclusión social y el desempleo"*. En la última década, la Comisión Europea, con el fin de promover una "economía social de mercado altamente competitiva", ha identificado la economía social y las empresas sociales como respuestas innovadoras a los actuales retos económicos, sociales y medioambientales, en las que los/as empresarios/as sociales se esfuerzan por tener un impacto significativo en la sociedad, la economía y el medio ambiente.

De este modo, una empresa social es un negocio dirigido con un fin social, en el que objetivos sociales específicos y bien definidos se traducen en un negocio, que a menudo realiza actividades de interés general y se gestiona de forma empresarial, manteniendo un equilibrio constante entre sus dimensiones social y económica. Las empresas sociales son capaces de aportar soluciones a los problemas sociales a través de un enfoque empresarial que es económicamente sostenible y, en

algunos aspectos, más eficaz y eficiente que lo que podrían hacer las instituciones por sí solas. Las empresas sociales aplican estrategias comerciales y empresariales para maximizar la mejora del bienestar humano y medioambiental.



Fuente: OECD (2022) Designing legal frameworks for social enterprises

Las tendencias recientes muestran que las empresas sociales están presentes en casi todos los sectores de la economía, como la industria alimentaria y la gastronomía, y sirven a los intereses y necesidades de sus comunidades y de la sociedad en general.

A pesar de la convergencia gradual de los conceptos de empresa social a escala de la UE, las empresas sociales siguen concibiéndose de maneras muy diferentes y adoptan diversas formas organizativas y jurídicas en los distintos países de Europa. Como se ha mencionado anteriormente, la mayoría de los Estados miembros de la UE cuentan con algún tipo de legislación que reconoce y regula la actividad de las empresas sociales. Algunos han adaptado el derecho de sociedades existente para dar cabida a las especificidades de las empresas sociales, mientras que otros han creado un estatuto jurídico específico. Sigue siendo sin embargo muy difícil medir y agregar la actividad de las empresas sociales en toda Europa, porque gran parte de ella permanece oculta y bajo el radar. Como resultado, existe el riesgo de subestimar las actividades de estas entidades y de no obtener una imagen estadísticamente sólida de lo que las empresas sociales europeas pueden hacer para resolver problemas importantes.

4.3 Presentación de la solución SAGA

El programa de formación SAGA está adaptado a las necesidades educativas de los adultos de las zonas rurales, que representan la llamada "Europa Vacía", y les proporciona una formación de calidad y gratuita que les permite adquirir las habilidades y competencias necesarias para crear una empresa social (colaborativa).

Políticas Rurales

La necesidad de centrarse en las mencionadas zonas rurales es sencilla: estas regiones no están obteniendo tan buenos resultados como las zonas urbanas. Pero los activos de las regiones rurales, como la calidad de vida y el medio ambiente, así como la mejora de los enlaces de transporte y las infraestructuras, pueden servir para retener o atraer a personas y empresas. Los activos rurales, como el patrimonio natural y otros servicios, también son más demandados y constituyen verdaderos atributos que atraen inversiones y trabajadores. Además, aunque la agricultura desempeña un papel importante en la configuración del paisaje rural en muchos países, su peso en las economías rurales es a menudo escaso y está en declive.

En este contexto, preocupa la eficacia de la política agrícola y, en particular, de las subvenciones agrícolas como componente predominante de las políticas públicas para las regiones rurales.

La evolución de la situación, tanto a nivel internacional como nacional, está cambiando las reglas de juego de las regiones rurales, lo que exige nuevos planteamientos. Tres factores en particular están influyendo en la elaboración de las políticas rurales de los países de la OCDE: una mayor atención a los servicios, las presiones para reformar la política agraria y la descentralización.

Varios países de la OCDE están desarrollando un enfoque multisectorial basado en el lugar de que se trate en concreto, y que pretende identificar y explotar el variado potencial de desarrollo de las zonas rurales.

No todas las nuevas estrategias políticas implican aún una financiación significativa, sino que contribuyen a importantes cambios culturales con respecto a la política rural. El proyecto SAGA tuvo en cuenta estos factores durante el desarrollo de su programa de formación. Así, todas las partes pudieron beneficiarse de sus resultados.

Paralelamente a lo anterior, esta formación proporciona ayuda a los responsables políticos ofreciendo este programa gratuito de formación online. El programa permite a los participantes adquirir habilidades y competencias para crear una empresa social eficaz y colaborativa. Por otra parte, los responsables políticos obtienen una visión de lo que es necesario para que la gente corriente ponga en marcha una empresa social.

Consejos para los responsables políticos - ¿Cómo es posible sacar partido del programa SAGA?

- La necesidad de regular las empresas sociales se basa en el contexto: los motivos y los resultados de los marcos jurídicos deben reflejar las condiciones locales.
- Es importante tener en cuenta el calendario de las nuevas propuestas legislativas en relación con los ciclos electorales, los cambios de gobierno y otros ámbitos que podrían contribuir a cambiar las preferencias políticas.
- Conseguir apoyo político y crear consenso entre los cargos electos, los gobiernos y las partes interesadas para los marcos jurídicos es un paso difícil pero necesario.
- Colaborar con una amplia gama de partes interesadas ayuda a desarrollar marcos jurídicos que satisfagan las necesidades reales de las empresas sociales.
- El compromiso sostenido de los responsables políticos de todo el gobierno es vital para el éxito a largo plazo y la adaptabilidad de dichos marcos jurídicos.
- Aunque pueda ser conveniente a corto plazo, el desarrollo vertical de marcos jurídicos sin consultar a las partes interesadas es arriesgado y puede socavar su eficacia.
- Los marcos jurídicos que no aprovechan la política fiscal suelen dar lugar a formas y estatutos jurídicos infrautilizados.
- La evaluación de los resultados del marco jurídico garantiza que la regulación de las empresas sociales sea fácil de entender, esté en consonancia con las orientaciones internacionales y las buenas prácticas, y sea jurídicamente viable.



Source: OECD (2022) *Designing legal frameworks for social enterprises*

4.4 Experiencias durante el proyecto

El proyecto comenzó con un profundo trabajo de investigación, en el que todos los socios se esforzaron en mapear posibles casos de estudio, entrevistas con emprendedores sociales, recopilar los materiales de apoyo, contenidos de aprendizaje, enfoques comunes, etc. Consecuentemente, el programa de formación se desarrolló sobre la base de las investigaciones mencionadas anteriormente y, a continuación, se probó y validó. Los socios recogieron los comentarios del grupo destinatario y pusieron en práctica las posibles mejoras y sugerencias tras el feedback recibido.



Fuente: OECD (2022) *Designing legal frameworks for social enterprises*

Durante las entrevistas con empresas sociales que representan ejemplos de éxito, los participantes destacaron la falta de información sobre conocimientos básicos del empresariado social. Tenían que buscar toda la información necesaria antes de idear o establecer su idea de negocio social, lo que consumía ingentes cantidades de tiempo y dinero. Por ello, aseguraron que estarían encantados de recibir más información sobre cursos y materiales gratuitos disponibles y dirigidos a stakeholders en gastronomía, industria alimentaria y patrimonio culinario.

Los responsables políticos deberían esforzarse más por llegar a más gente y sensibilizar en las zonas rurales. Hoy en día, la gente está abierta a recibir información de valor a través de las redes sociales, pero las vías tradicionales también son bienvenidas. A nivel local, sería beneficioso organizar actos informativos. También podrían promover las soluciones ya existentes, ideas como el proyecto SAGA.

Durante las conversaciones semioficiales entre socios y empresas, surgió otra cuestión. Las zonas rurales tienen una peor situación económica, lo que significa que es posible que los habitantes no tengan acceso a Internet o incluso a un ordenador y no sepan utilizarlo. Por eso, aunque quieran aprender y crear una empresa social, necesitan apoyo financiero y tecnológico, algo en lo que los responsables políticos deberían hacer más hincapié.

Los eventos multiplicadores celebrados por el consorcio SAGA también ofrecieron buenas oportunidades para una charla informal. En este caso, los participantes se mostraron interesados en el programa de formación presentado y lo acogieron con satisfacción. Señalaron que les sería muy útil indicarles contactos a los que dirigirse tras completar los módulos. Así pues, al aprovechar la solución SAGA, los responsables políticos podrían además incluir aquellas organizaciones, sociedades, etc., que pueden ayudar a (potenciales) emprendedores/as sociales a dar los siguientes pasos, asesorandoles en el progreso de creación de una empresa social colaborativa.

5. OBSERVACIONES FINALES

Crear una empresa social es un fenómeno cada vez más extendido y con un gran potencial, pero que aún está lejos de aprovecharse plenamente. Las empresas sociales tienen un impacto significativo en los ingresos, el empleo y el bienestar de sus comunidades, especialmente en aquellos países donde gozan de una larga trayectoria y han sido ampliamente reconocidas, tanto política como jurídicamente.

Como se ha destacado a lo largo de la presente guía, la empresa social no es una tendencia completamente nueva. Resulta principalmente de una dinámica colectiva, y es un modelo empresarial colectivo.

El potencial de la empresa social se deriva de sus características peculiares: así pues, la definición de empresa social dista mucho de ser "neutra" y tiene importantes implicaciones para la política.

Un ecosistema bien equilibrado debe garantizar la continuidad de las políticas y el compromiso político de apoyar una infraestructura relativamente bien dotada de recursos e integrada que recurra a diversos tipos de apoyo, como el acceso a expertos/as en empresa social, la tutoría, las subvenciones para ayudar a la empresa social a suscribir nuevos contratos manteniendo su enfoque de valor social, y el apoyo a las cadenas éticas, así como el apoyo convencional a todas las empresas en crecimiento.

El proyecto SAGA presenta varios casos en los que el apoyo a la iniciativa empresarial social ha tenido éxito. El proyecto SAGA lo destaca como una posible solución para superar diferentes retos demográficos y económicos. El proyecto ha reunido el material didáctico y los casos de estudio

pertinentes, poniéndolos de manera online y gratuita a disposición del público. Por ello, los responsables políticos también pueden aprender y promover este programa, ya que pueden aprovechar sus contenidos y utilizarlo como buenas prácticas no sólo en el ámbito de la gastronomía y la industria alimentaria, sino también en general.

6. REFERENCIAS

European Commission: JRS Science for policy report (2016). Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies. Available at: [Download PDF | Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies](#)

Manon Richard (Europa Nostra), Madeleine Coste (Slow Food) (2020) Food is culture, EU policy brief on food and cultural heritage. Available at: [EU policy brief on food & cultural heritage](#)

OECD (2013) Policy Brief on Social Entrepreneurship - Entrepreneurial Activities in Europe Available at: [Policy Brief on Social Entrepreneurship | OECD](#)

OECD (2022) Designing legal frameworks for social enterprises. Available at: [Designing Legal Frameworks for Social Enterprises : Practical Guidance for Policy Makers | Local Economic and Employment Development \(LEED\) | OECD iLibrary](#)

Santos (2018) Public Policy, Policy-Making and Social Entrepreneurship – The Case of Portugal and the UK. Available at: [Public Policy and Policy Making for Social Entrepreneurship - The Case of Portugal and the UK](#)