



Responsabilidad
Social RSE_COOP

Boletín especial 2011 - Boletín especial 2011 - Boletín especial 2011 - Boletín especial 2011

1. Certificación de la Responsabilidad Social Empresarial

3. La Iniciativa RSE-PYME

3. Presentación de la RSE de UNCCUE en el Comité Económico y Social Europeo

5. La RSE en la práctica: barreras que limitan el desarrollo de la RSE

6. Diálogo y confianza con los grupos de interés: algunas notas para la reflexión

8. Conversa de Café RSE en la Cooperativa San Crispín de Menorca

Edita la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España, UNCCUE
Plaza de Navafría, 3 Bajos - Local 3 - 28027 Madrid
T. 914 053 611 F. 914 053 997
www.consumidores.coop - unccue@consumidores.coop

Subvencionado por:



Certificación de la Responsabilidad Social Empresarial

Cada vez más organizaciones contemplan la Responsabilidad Social Empresarial como un criterio fundamental a tener en cuenta en su toma de decisiones y demandan una evaluación independiente, bien de su sistema global de gestión de Responsabilidad Social como de elementos específicos de la misma.

■ Transparencia, reputación, accesibilidad física, accesibilidad web, empresas familiarmente responsables, memorias de sostenibilidad, etc., son algunos de los ejemplos de los elementos específicos demandados. En España, AENOR ha iniciado la certificación según el referencial RS10, un documento técnico que establece los requisitos para implantar un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social en las organizaciones apostando por la mejora continua y contemplando de forma sistemática y eficaz la relación con todos los grupos de interés de una organización.

Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social conforme al documento AENOR RS 10:2009

Desde la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España,



UNCCUE, creemos que, además de planificar una serie de acciones responsables que redunden en una sim-

biosis empresa-sociedad, una gestión responsable de la organización dota de responsabilidad a cada una de sus áreas, procesos o acciones.

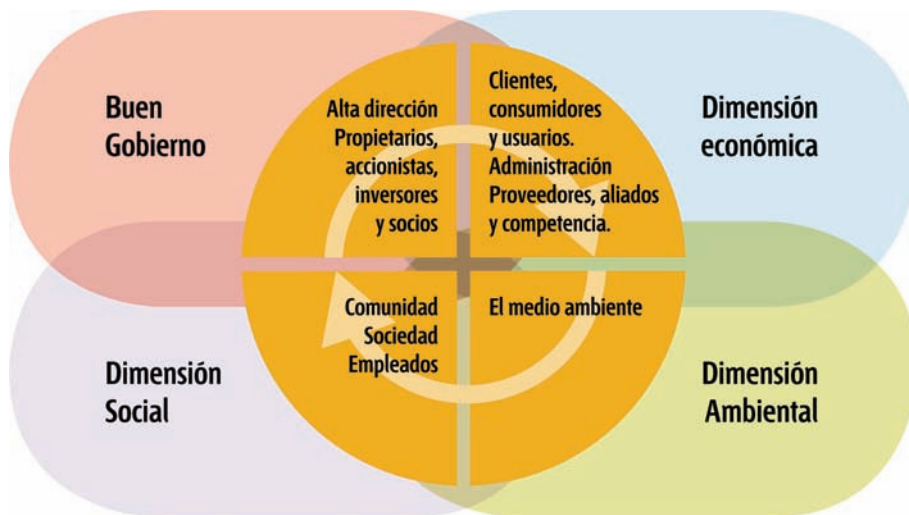
La certificación conforme con el documento RS 10 -Sistema de gestión de la responsabilidad social- aporta transparencia y credibilidad de la información sobre los aspectos de responsabilidad social de la organización a la vez que predispone a las entidades para atender a las partes interesadas de su esfera de influencia.

Nuevas consideraciones sobre responsabilidad social

El Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social debe complementar al resto de sistemas de gestión de la organización, impregnándolos con las nuevas consideraciones sobre responsabilidad social, velando por el cumplimiento de los derechos de los grupos de interés y fomentando el desarrollo de políticas de buena gobernanza, ética en la gestión y en las finanzas, compromiso con la comunidad y el medio ambiente, igualdad de oportunidades y de género, de conciliación de vida laboral y familiar, etc.

Un sistema de gestión de responsabilidad social según RS-10 supone para la organización que lo implanta:

- ✓ Identificar los grupos de interés para las actividades que desempeña la organización (empleados, proveedores, consumidores, clientes, sociedad, administración pública, accionistas).
- ✓ Identificar sus necesidades y expectativas mediante metodologías que permitan la participación



Responsabilidad Social, Desarrollo Sostenible y Grupos de Interés.

de los mismos en la definición. En esta fase se utiliza la metodología de Conversa de Café que está realizando UNCCUE en las cooperativas.

- ✓ Dar respuestas a estas expectativas y necesidades mediante el cumplimiento de la legislación asociada, los requisitos de la RS-10 y todos los requisitos internos necesarios que necesite la organización.
- ✓ Verificación de que se cumplen las necesidades y expectativas de los grupos de interés.
- ✓ Comunicación de los resultados a los grupos de interés.
- ✓ Asimismo se definirán todos los requisitos necesarios propios de un sistema de gestión para dar soporte a estas actividades y poder estructurarlas con la secuencia de un ciclo de mejora continua como: política, objetivos,

auditoría interna, revisión por la dirección, etc.

Esta certificación se puede extender a cualquier tipo de actividad. Se trata de un esquema voluntario de responsabilidad social dirigido a cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño y actividad.

Orientar la acción empresarial hacia la sostenibilidad

No es cierto que las pymes, por su dimensión, deban quedar fuera de los sistemas de gestión y organización certificables como los de calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, ética o conciliación. Todos estos procesos hacen reflexionar en la empresa sobre cómo se están haciendo las cosas y cómo se comunican, orientando la acción empresarial hacia la sostenibilidad en su más extenso término.

El resultado final de esta certificación es, además de la implantación en la gestión de la actividad de los criterios de RSE, de puertas hacia afuera, una vez superado el proceso, la organización obtiene el certificado de AENOR de sistema de gestión de la Responsabilidad Social conforme con el documento AENOR RS 10:2009 y el derecho de uso de la marca RS 10 de AENOR con el logotipo visible al principio de este artículo. □

Más información en http://www.aenor.es/aenor/certificacion/resp_social/respsocial.asp



La Iniciativa RSE-PYME

La Dirección General de la Política de la Pequeña y Mediana Empresa lleva varios años fomentando el acceso a la RSE de las pymes españolas, que desde la Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, UNCCUE, apoyamos, pero ¿cómo participar de la Iniciativa RSE-PYME?

■ La participación en la Iniciativa RSE-PYME no conlleva ningún desembolso económico para las PYME. Pueden acceder a esta convocatoria todas las cooperativas que cumplan con el requisito de ser una pequeña o mediana empresa; este es la única condición para formar parte de esta iniciativa, que tiene por objeto promocionar y acercar la Responsabilidad Social Empresarial a todas ellas.

¿Cómo participar?

Para participar en el proyecto RSE-PYME la empresa debe dar los siguientes pasos:

- ✓ ETAPA 1: Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- ✓ ETAPA 2: Formación, tanto presencial como online, en materia de RSE y en la elaboración de la Memoria de Sostenibilidad RSE-PYME.
- ✓ ETAPA 3: Gestión de indicadores de RSE mediante una herramienta de gestión y elaboración de la Memoria de Sostenibilidad RSE-

PYME.

En todas las etapas de la iniciativa, cuya duración inicial estimada es de 6 meses, las empresas recibirán apoyo y un seguimiento personalizado por parte de la Red Española del Pacto Mundial.

Además de la figura de empresa participante, la Iniciativa RSE-PYME también ha desarrollado la figura de Entidad Amiga. Son entidades que están interesadas en participar activamente en la difusión y apoyo de la iniciativa, junto con las Entidades Promotoras, ICO y Red Española del Pacto Mundial. El objetivo de contar con este tipo de entidades es congregar el mayor número de esfuerzos posible que maximicen el

impacto de la iniciativa. □

Para más información:
http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap3_1.htm

Red Pacto Mundial España

Instituto de Crédito Oficial

¿Por qué la RSE es importante para las PYME?

- Beneficios para la PYME
- ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?
- La Ley de Economía Sostenible y la PYME
- Los Grupos de Interés

Iniciativa RSE-PYME

- ¿Qué es?
- ¿Quién la promueve?
- Objetivos y beneficios

¿Cómo participar?

- Requisitos para participar
- Etapas
- Calendario
- Colaboradores y amigos de la Iniciativa

Responsabilidad + sostenibilidad = Rentabilidad

LA FÓRMULA PARA MEJORAR TU EMPRESA

Una iniciativa para la PYME que ofrece formación, apoyo, soporte y orientación.

RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS
C/ Uña de Seda, nº 116, 5ª planta, puerta 27
CP: 28.006 Madrid. Teléfono: (+34)91 795 24 24
Email: reped@pactomundial.org

INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL
C/ Reyes de Prato, nº 4, 28.014 Madrid
Teléfono: (+34)91 592 26 00 Fax: (+34)91 592 27 00

Presentación de la RSE de UNCCUE en el Comité Económico y Social Europeo

Nuestro proyecto "Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Cooperativas de Consumidores y Usuarios" ha sido seleccionado y presentado en el Comité Económico y Social Europeo, CESE, como una buena práctica en materia de RSE en España. De la mano del Director de UNCCUE, D. Carlos Trias Pintó, se dio buena cuenta de las acciones del proyecto y de los resultados logrados desde que arrancó, en 2009.

■ En esta presentación se mostró cómo con recursos aportados por el



Fondo Social Europeo UNCCUE movilizó y dio visibilidad a las cooperativas de consumidores y usuarios como empresas comprometidas con su entorno, promotoras de acciones socialmente responsables.

Analisis y diagnóstico

Partió de un análisis en detalle de la situación en materia de RSE en las cooperativas participantes, y posteriormente se elaboró un diagnóstico de las prácticas de RSE de cada cooperativa, lo que llevó a la confección de planes de acción particulares en cada una de las cooperativas y de acciones comunes a todas ellas. Se implantaron las acciones de mejora y se elaboró en cada cooperativa su memoria de sostenibilidad.



Case-studies on how Social Economy Enterprises use Structural Funds

Consumer Cooperatives scheme to promote CSR in the cooperative sector

CARLOS TRIAS PINTÓ, UNCCUE

Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España, UNCCUE. Plaza de Navarria, 3 Bajos - Local 3 - ES-28027 Madrid
Teléfono: (+34) 914 035 611 - Fax: (+34) 914 053 977 - www.consumidores.coop - infoconsumidores.coop

Después se hizo balance de los resultados del proyecto, que han sido los siguientes:

- ✓ Edición de once memorias de sostenibilidad cumpliendo los criterios del Global Reporting Initiative (GRI).
- ✓ Conocimiento de la situación de las cooperativas de UNCCUE en relación a su ejercicio de prácticas empresariales responsables.
- ✓ Puesta en valor frente al mercado de los principios y del modelo de gestión de las cooperativas, muy próximo a los principios de la responsabilidad social empresarial. Valores como la intercooperación, el compromiso con la comunidad y el desarrollo local, la democracia económica, primacía de las personas, participación, igualdad de oportunidades...
- ✓ Diseñadas, formalizadas y sistematizadas una extensa batería de

acciones de mejora, en base a los diagnósticos realizados. Acciones de mejora en los ámbitos de la eficiencia energética, la información del ciclo de vida de producto, educación financiera e inversión socialmente responsable, responsabilidad individual y colectiva, desarrollo socio-comunitario, comercialización conjunta, etc.

Acciones concretas

- ✓ Implantación de acciones concretas en materia de RSE en los vectores económico, social y medioambiental en cada una de las cooperativas, en forma de compromisos con actuaciones socialmente responsables en distintas áreas de gestión de la cooperativa.
 - o Firma de convenios con Administraciones Públicas.
 - o Presentación conjunta de proyectos en red.
 - o Alianzas comerciales entre cooperativas e intercooperación empresarial. (incremento de compras en el territorio).
 - o Protocolos de gestión medioambiental (residuos, consumo de agua, energía y CO2).
 - o Acuerdos a largo plazo con los grupos de interés.
 - o Medición de satisfacción del socios/as consumidores/as y clientes.
 - o Protocolos de atención de quejas, reclamaciones y sugerencias.
 - o Acciones de conciliación y formación con la plantilla.
 - o Promoción del comercio justo y solidario y de los productos agroecológicos.
 - o Fomento del asociacionismo de consumidores.
 - o Marketing responsable.
 - o Proyectos de desarrollo económico y social.
 - o Reuniones, charlas, seminarios de información y formación ambiental.
- ✓ Comunicados por medio de notas de prensa, boletines informativos, circulares, seminarios, redes sociales y demás medios de difu-

sión la labor realizada en cada cooperativa y en el conjunto del movimiento cooperativo y visualizadas las cooperativas como empresas preocupadas por su entorno.

- ✓ Se lograron transformaciones reales (nombramiento de responsables y presupuesto para RSE, firma de compromisos de colaboración, planificaciones estratégica de la RSE, etc.) en los agentes y grupos de interés que se relacionan con la cooperativa, y una nueva percepción de la gestión por parte de sus directivos y gestores.
- ✓ Contribuir a la puesta en valor de los comportamientos socialmente responsables por parte de las empresas y por parte de las personas.

Finalmente, se comentó cómo se está dando continuidad a estas acciones mediante la realización de acciones de participación del tipo "Work Café" (Conversa de Café), reuniones informales con los principales grupos de interés para articular la estrategia de RSE a medio y largo plazo con cada uno de ellos. □

Esquema "Work Café" (Conversa de Café)



La RSE en la práctica: barreras que limitan el desarrollo de la RSE

A pesar de los avances que se han producido en relación con la RSE, es necesario tener presentes algunas barreras que dificultan su pleno desarrollo. Algunas tienen carácter interno, se deben a la estructura de las empresas, y otras tienen su origen en un entorno mejorable. No obstante, todas ellas pueden ser reducidas o eliminadas.

Falta una definición apropiada de RSE

Todavía coexisten toda una serie de denominaciones sobre RSE que ponen el acento en aspectos muy diversos. Ello ha dado lugar a un amplio espectro de interpretaciones que van desde la "cosmética empresarial" hasta la más comprometida con la idea de "empresa ciudadana". En este sentido, queda pendiente resolver el debate polarizado que se ha sostenido en la UE sobre RSE entre enfoques exclusivamente voluntarios u obligatorios en torno a la responsabilidad social de las empresas. Así, la Resolución del Parlamento Europeo del año 2006, señala la necesidad de favorecer un enfoque esencialmente voluntario que permita al mismo tiempo una investigación y un diálogo sobre la base de objetivos sociales y medioambientales bien definidos dando lugar a compromisos vinculantes.

Base científica incompleta

La mayoría de estudios, expertos y expertas en RSE afirman que ser socialmente responsable es rentable y necesario para ser una empresa competitiva. Siendo esta una afirmación consolidada, es necesario todavía profundizar más sobre aspectos como la actitud de la población consumidora ante la compra de productos de empresas socialmente responsables, o sobre los efectos que tiene este modelo de gestión empresarial en las cuentas de la empresa.

Necesidad de políticas públicas de RSE

Se hace necesario una posición más activa por parte de los poderes públicos para apoyar el desarrollo responsable de las empresas. En este sentido, algunas de las propuestas que se han hecho desde el Foro de Expertos son: articular medidas de promoción e incentivos de RSE aplicables no sólo a grandes empresas sino también a



PYMEs; regular y universalizar el informe o balance social (vocablo uso: Instrumento que permite a la empresa reunir información cuantitativa y cualitativa para seguir de manera objetiva el desarrollo de sus actividades en el campo de los recursos humanos y medir su desempeño en la implementación de programas de carácter social, internos y externos. Vocablo uso: Documento de carácter evaluativo que comunica los resultados del impacto social de las empresas) a las partes interesadas así como la verificación de dicho informe; sensibilizar, informar, formar y ofrecer apoyo técni-

co para el desarrollo de la RSE entre sus actores o crear instrumentos de deliberación y concertación entre las partes interesadas y las empresas.

Dificultad para conocer el grado de integración de la RSE en el seno de las empresas

Existe la necesidad de crear un marco de referencia objetivo y transparente que de credibilidad y rigor a la RSE. En este sentido, el informe de RSE y el sistema de información que lo soporta, constituyen las piezas claves para conocer el progreso en la implantación de la RSE en las empresas. Si bien el informe de RSE es una práctica que se va extendiendo paulatinamente por las grandes empresas, dicha práctica está aún muy lejos de generalizarse entre la totalidad de las empresas. Por otro lado, no todos los informes publicados usan normas y principios aceptados internacionalmente, cubren la totalidad de la cadena de suministro de la empresa o realiza

un control y una verificación independiente. Actualmente existe un sistema de gestión y auditoría medioambiental, sin embargo, aún queda al margen desarrollar sistemas similares relativos a la protección del trabajo y de los derechos humanos y sociales. Una propuesta reguladora que ha alcanzado madurez es el triple balance o G3 de la Global Reporting Initiative (<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>).

Sobre el papel de las PYMEs para implementar la RSE. A nivel mundial, las primeras iniciativas de presión

relacionadas con la RSE se han concentrado sobre las grandes multinacionales, dirigiéndose con posterioridad a las pequeñas y medianas empresas. Así, se hace necesario fomentar la investigación sobre la participación de las PYMEs en la RSE y desarrollar políticas públicas destinadas a impulsar dicho modelo de gestión empresarial mediante la dotación de recursos, herramientas y modelos

adaptados específicamente para este tipo de empresas

Necesidad de sensibilizar a la población consumidora

Para promover la aceptación de una responsabilidad social por parte de las empresas que sea duradera e importante en el contexto nacional o regional específico, es preciso contar con

una población consumidora a favor de una producción responsable. Por otro lado, es necesario clarificar los diversos sistemas de etiquetado de los productos para que las actuales etiquetas sociales no sufran problemas de credibilidad y aumente la transparencia para la población consumidora. □

Fuente: <http://www.amecoop-andalucia.org/guia-rse/>

Diálogo y confianza con los grupos de interés: algunas notas para la reflexión

A pesar de los avances que se han producido en relación con la RSE, es necesario tener presentes algunas barreras que dificultan su pleno desarrollo. Algunas tienen carácter interno, se deben a la estructura de las empresas, y otras tienen su origen en un entorno mejorable. No obstante, todas ellas pueden ser reducidas o eliminadas.

Confianza

Lo principal es conocer qué se entiende por confianza. ¿Qué entiende usted por confianza?

Los intangibles suman un gran activo dentro de las organizaciones y es necesario ponerlos en valor. La confianza es un gran intangible que ha de cultivarse dentro de nuestras cooperativas.

La confianza no nos la asignamos nosotros, nos la otorgan los grupos de interés y hay que ganársela. ¿Cómo se está ganando la confianza con sus grupos de interés?

No hay atajos ni trucos, se gana con comunicación y diálogo, como base para fomentar el entendimiento y la transparencia.

Nuevos interlocutores más informados y exigentes.

Las empresas ya no sólo tienen que dar respuesta al Estado y a los accionistas mediante la "rendición de cuentas", sino también a la sociedad, rindiendo cuentas a los demás grupos existentes.

Los grupos de interés

Respecto a los grupos de interés, tenemos que analizar y priorizar sobre qué es lo esencial de la relación con cada grupo de interés, identificar una variable y sujetar nuestra relación de confianza en esa variable.

Las premisas son la regularidad en los diálogos y las acciones de mejora como resultado de este diálogo. Si no hay acción no habrá capacidad de convocatoria y la confianza habrá quedado resentida.

Transparencia

Con el diálogo con los grupos de interés se recogen expectativas y necesidades, y también ofreces tus limitaciones para dar respuesta a estas expectativas, dando información transparente.

¿Hasta donde llegará la transparencia en nuestras limitaciones, o como están priorizadas en nuestra organización las limitaciones?

Con la transparencia basamos pues nuestra relación en lo real, no en lo

imaginario, ya que se produce un conocimiento, una conversación sincera con el otro y se conoce su situación y prioridades.

Operativa

Es necesario como punto de partida el compromiso de la dirección; estas políticas deben crearse desde arriba. Definimos una estrategia con los Grupos de Interés

Identificados los grupos de interés, se priorizan en función de nuestras expectativas y necesidades y por el impacto e influencia sobre la estrategia de RSE.

Previa a esta conversión con los grupos, necesito la "materialidad", que es lo que les preocupa a estos grupos de interés que esté relacionado con la actividad de la empresa. Y de estas preocupaciones establecemos cuáles son los temas clave o prioritarios.

Estas materialidades son las que planteo como elementos clave del diálogo con los Grupos de Interés y contraste con ellos su validez.

Debemos conocer cómo perciben las actuaciones que estamos desarrollan-

do para satisfacer sus expectativas y conocer la importancia que le dan. Estructurado en niveles de relación, podemos identificar:

- ✓ **Comunicación o información.** Parte de la empresa hacia los grupos de interés. Memoria de sostenibilidad. Unidireccional.
- ✓ **Consulta.** Parte de mis grupos de interés hacia la empresa. Encuesta. Unidireccional.
- ✓ **Diálogo.** Interacción entre empresa y grupos de interés, se produce una conversación. Bidireccional. Entrevista, foros.
- ✓ **Colaboración.** Desarrollamos proyectos en común. □

Análisis DAFO sobre un proceso de diálogo y transparencia con los grupos de interés

Externo	Interno
<p>Amenazas</p> <p>No hacerlo bien No satisfacer expectativas No marcha atrás Incertidumbre Peligro transparencia: ratio riesgo / beneficio Falta cultura diálogo</p>	<p>Debilidades</p> <p>Falta de recursos Como darle continuidad No satisfacer expectativas Propiedad del proceso</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Oportunidades de mejora e innovación Diferenciación Anticipación Alianzas Beneficio mutuo, valor compartido, largo plazo</p>	<p>Fortalezas</p> <p>Aumento de la confianza. Transparencia Credibilidad Retención del talento Motivación y clima laboral Transversalidad Fortalecer los valores</p>

Conversa de Café RSE en la Cooperativa San Crispín de Menorca

El pasado día 14 de octubre tuvo lugar, en la sede de la Cooperativa de Consumidores y Usuarios San Crispín, en Alaior, Menorca, una conversa de café como encuentro informal en la que todas las personas asistentes conversan de forma distendida alrededor de una mesa, en grupo, mientras toman un café.

■ La Cooperativa San Crispín, con una historia y bagaje de casi 60 años de compromiso por su comunidad, lleva realizando sistemáticamente acciones de RSE desde 2008, con el apoyo de UNCCUE y de la Dirección General de la Economía Social, el Trabajo Autónomo y la Responsabilidad Social de las Empresas, dependiente del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Convencida de la necesidad de impulsar la

Responsabilidad Social, siguiendo los principios del cooperativismo, preocupándose por las cuestiones ambientales y sociales relacionadas con la actividad de la cooperativa.

Inicialmente, la Cooperativa se centró en las cuestiones internas de RSE, y ahora amplía la Responsabilidad Social a socios y aliados. Consciente de que hay cuestiones que preocupan cada vez más a la sociedad, como la protección del medio ambiente, la pro-

cedencia y condiciones de los bienes y servicios que consumimos, los valores presentes detrás de cada modelo económico o la conducta ética de las empresas.

Preocupados desde la Cooperativa por la generación de alianzas y por posicionar y visualizar al Cooperativismo y la Economía Social como un agente económico válido y transformador, con esta conversa de café se pretende generar un espacio de encuentro de la Economía Social menorquina. Un espacio que llegará hasta donde los y las representantes de la Economía Social y del Cooperativismo queramos, que sirva de escaparate para la generación de oportunidades para nuestros productos y servicios, un espacio de defensa



de nuestros intereses, de creación de iniciativas de colaboración conjunta, de interlocución con la Administración, de puesta en valor de los valores sociales y empresariales que atesoramos.

Articular un espacio de encuentro

Partiendo del convencimiento de que todas las opiniones son necesarias, respetables y valiosas por igual, se ha planteado encontrar entre todos y todas propuestas valiosas para articular un espacio de encuentro de la economía social y del cooperativismo en Menorca, alrededor de temas como los siguientes:

- ✓ ¿Qué oportunidades para el Cooperativismo y la Economía Social existen en Menorca?
- ✓ Cuáles son los intereses y las expectativas de las empresas Cooperativas y de la Economía Social en Menorca y en las Islas Baleares?
- ✓ ¿Queremos un espacio de encuentro de las empresas Cooperativas Economía Social en Menorca?
- ✓ ¿Qué ventajas y oportunidades aparecen si nos asociamos? ¿Qué esfuerzo y recursos serían necesarios?
- ✓ ¿Qué proyectos o actividades habría que desarrollar en colectivo?

En la Conversa de café se cita una nutrida representación de la Economía Social en Menorca, entre otros la Asociación de Empresas Laborales de Islas Baleares, Escuelas Cooperativas



Infantiles, empresas laborales, empresas de inserción, socias de cooperativas de Trabajo asociado y Cooperativas agrarias de Alaior, Menorca y Ciudadella, y la propia San Crispín con el objetivo, propósito, planteamientos y cuestiones anteriores sobre las que iniciar un debate. Se inicia una puesta en común de la realidad de la Economía Social en Menorca, sobre aspectos como su realidad cuantitativa y cualitativa, el conocimiento de las empresas y entidades de Economía Social, las dificultades y barreras por las que las empresas de economía social no se visualizan y las oportunidades que existen.

Uno de los objetivos, a priori, es la creación de un foro, espacio o cualquier otro formato que sirva para represen-

tar, fomentar y defender los intereses de la Economía Social.

Acuerdos y resultados

- ✓ Realizar un listado de todas las entidades de Economía Social de la isla, para su conocimiento y comenzar a “pensar en cooperativo”.
- ✓ Realizar la acción “Premio de ideas en Economía Social” al emprendimiento de Menorca que movilice al mayor número de grupos de interés con los que tomar contacto, así:
 - o Medios de comunicación
 - o Administración
 - o Entidades financieras
 - o Personalidades e Intelectuales en el ámbito de la cultura, la enseñanza, la investigación, etc.
 - o Patrocinadores
- ✓ Potenciar un mercado cooperativo, para la compra-venta y prestación de servicios entre las entidades de Economía Social
- ✓ Diseñar un distintivo de la Economía Social.
- ✓ Potenciar el emprendimiento en la escuela.
- ✓ Informar al emprendedor de la opción por las empresas de economía social.
- ✓ Realizar un “catálogo” de buenas prácticas de nuestras empresas. □



Más información en <http://www.san-crispin.net>