

**LA APARICIÓN DE LA EMPRESA SOCIAL PARA LA
ARTICULACIÓN DEL SECTOR PROFESIONAL DE LA
CULTURA EN ESPAÑA: EL CASO DE SMART IBÉRICA**

***THE EMERGENCE OF THE SOCIAL ENTERPRISE FOR THE
ARTICULATION OF THE PROFESSIONAL SECTOR OF CULTURE
IN SPAIN: THE CASE OF SMART IBÉRICA***

ROCÍO NOGALES MURIEL

*Directora de la red internacional de investigación EMES
Universitat de Barcelona & UNED*

RESUMEN

El presente artículo describe de forma exploratoria el caso de la cooperativa de impulso empresarial SMartib cuyas dos principales innovaciones radican en su contribución a una transformación del sector cultural y creativo en España así como sus estrechos vínculos con la economía social española en el campo de la cultura. Partiendo de una visión preliminar de la situación de la cultura en España, incluyendo la situación de los artistas y creadores, el texto analiza el marco en el que surgió la idea original de SMart en Bélgica, hace casi veinte años, como modelo a la base de SMartib. A continuación, se describen los hitos fundamentales en la historia de esta empresa social, así como sus principales objetivos, para concluir con una reflexión sobre los retos y oportunidades que existen para SMartib y la cultura en general en España.

PALABRAS CLAVE: empresa social, ecosistema, políticas públicas, cultura, innovación social.

ABSTRACT

This article explores the case of the SMartib, an “entrepreneurial impulse” cooperative whose two main innovations consist of a contribution to a transformation of the cultural and creative sector in Spain as well as its close links with the Spanish social economy in the specific field of culture. Departing from a preliminary view of the situation of culture in Spain, including the situation of artists and creators, the text analyzes the framework in which the SMart original idea emerged in Belgium, almost twenty years ago, as a model for SMartib. The key milestones in the history of this social enterprise and its main objectives are also described, to conclude with a reflection on the challenges and opportunities that exist for SMartib and culture overall in Spain.

KEY WORDS: social enterprise, ecosystem, public policies, culture, social innovation.

SUMARIO

1. *Introducción*
2. *La situación de la cultura (y sus profesionales) en España*
3. *Una solución global para una necesidad local*
4. *Construyendo un sueño compartido: La historia de SMartib*
5. *¿Y si el camino no es de baldosas amarillas? Retos y oportunidades en el futuro de SMartib*

“La literatura, como el arte en general, es la confirmación de que la vida no basta.”

Francisco Pessoa

1. Introducción

A la hora en que se redactó este primer Caso de Estudio sobre SMart Ibérica (SMartib) la organización habrá rebasado los 2.500 socios. En tan solo cuatro años, SMartib ha logrado contribuir a sentar algunas prometedoras bases para un cambio en el sector de la cultura y la creación en España. El lanzamiento de SMartib en abril de 2013 representó un hito múltiple tanto a nivel nacional como europeo. Constituida como cooperativa sin ánimo de lucro, SMartib ofrece de facto una “estructura paraguas” para los profesionales de los sectores relacionados con la cultura y de la creación en general. La

intermitencia y la precariedad constituyen el caballo de batalla de SMartib; una intermitencia que hasta el momento ha conllevado casi sin remedio que nuestros creadores funcionen a menudo en la alegalidad (algunas veces incluso la ilegalidad) y en un contexto de economía informal.

En el caso de España, las dos novedades principales de SMartib tienen que ver con los sectores mismos de la cultura y la creación así como con la Economía Social, una manera distinta de hacer economía presente en nuestro país desde hace más de un siglo pero que ha vivido un renacer desde finales de la década de 1970. Con el fin de analizar más en profundidad estas dos novedosas aportaciones y otros aspectos relativos a la creación de SMartib, el presente Caso de Estudio se divide en cuatro secciones. La primera ofrece una visión preliminar de la situación de la cultura en España, así como de los artistas y creadores que ejercen su labor profesional en nuestro país. La segunda sección presenta el marco en el que se forjó el modelo de base de SMart en Bélgica. Con este telón de fondo, la tercera sección resume la breve pero intensa historia de SMartib y explica sus objetivos, a la vez que apunta los pasos fundamentales que han marcado la concepción, puesta en marcha y primer año y medio de actividad formal de esta cooperativa. Una vez apuntaladas las etapas de la creación de SMartib, reflexionaremos en la última sección sobre los obstáculos que nos parecen más urgentes a la hora de pensar en el futuro de la organización en nuestro país, a la vez que mencionamos algunas oportunidades para la entidad. Cerramos el cuaderno de estudio proponiendo a los socios de SMartib, las personas que hacen posible que el trabajo en la cultura se dignifique, y a todos los lectores algunas preguntas para poder continuar la conversación a través de cualquiera de las redes sociales de SMartib.

A modo de ilustración, se incluyen en este Caso de Estudio cuatro cuadros explicativos de algunos de los temas concretos o ejemplos más relevantes mencionados en el texto.

2. La situación de la cultura (y sus profesionales) en España

Cuando el actual Gobierno central realizó la mayor subida del IVA aplicable a la cultura (del 8% al 21%) en agosto del 2012, la situación precaria de creadores y artistas y la fragilidad económica de proyectos y organizaciones culturales comenzó a recibir más atención por parte de los medios y, por tanto, de la opinión pública. Dicha medida no solo situó a España como el segundo país con el IVA cultural más alto de la zona euro por detrás de Portugal, sino que además supuso un gravamen inasumible para muchos. El sector representa medio millón de empleos y el 4% del PIB en nuestro país.

La respuesta por parte de los empresarios de la cultura, más de 2.130 empresas y más de 43.000 empleos representados por la Unión de Asociaciones Empresariales de la Industria Cultural Española, no se hizo esperar. Argumentan que durante el primer año completo de aplicación de la subida del IVA, el sector cultural español sufrió la mayor caída de los últimos años, con descensos paralizadores: 30% menos de público; 16,33% menos de recaudación bruta y un 22% menos de recaudación neta. Reclamaban un IVA del 10%. A su vez, la movilización social no tardó en llegar. Bajo lemas como “La

cultura no es un lujo” o “Todos somos Cultura”, cientos de asociaciones culturales y ciudadanos se manifestaron contra de la política de recortes en los presupuestos de la cultura así como la subida del IVA cultural.

Sin embargo, a pesar de estas acciones, los profesionales del sector (actores, artesanos, técnicos, guionistas, escritores, etc.) en su mayoría autónomos o trabajadores en negro, se preguntaban cómo capear una nube más en su negro horizonte. Porque si la dramática subida del IVA ha herido de muerte al sector de la cultura en España, existen otros problemas que lastran el sector desde hace tiempo. Algunos son de naturaleza endémica mientras que otros podrían considerarse coyunturales. Como resultado del trabajo inicial llevado a cabo por SMartib para evaluar si en España se daban las condiciones para su creación se identificaron los siguientes obstáculos para el desarrollo del sector:

1. La casi inexistente conciencia ciudadana, en general, y de sector en particular (de gremios profesionales).

2. La dependencia casi exclusiva de las administraciones públicas (y la morosidad de las mismas) así como la necesidad de encontrar nuevas fórmulas de financiación y emprendimiento para los profesionales del sector.

3. La falta de visión estratégica a la hora de concebir políticas culturales, lo que causa relaciones de oportunismo y clientelismo entre el sector y las administraciones públicas así como inestabilidad en el sector y el empobrecimiento cultural de los ciudadanos.

4. La falta de un estatuto especial de artista o creador que permita a los profesionales un reconocimiento de su situación real lo que le permitiría contribuir y beneficiarse al sistema de la Seguridad Social y otras medidas a la hora de desempeñar su trabajo.

Se constataron también una serie de problemas cuya resolución pasa por una toma de responsabilidad del sector:

1. La atomización del sector y la falta de mecanismos de auto-organización de los profesionales de la cultura que vayan incluso más allá de la defensa o reclamación de sus derechos. Esto, unido a la soledad requerida para la concepción y ejecución de obras en algunas disciplinas o en etapas del proceso creativo, dificulta el asociacionismo formal más allá de colaboraciones establecidas para proyectos concretos.

2. La falta de medios y herramientas para desarrollar y mantener intercambios y conexiones formales con otros sectores y grupos de la sociedad tal y como universidades e investigadores, asociaciones de ciudadanos, colegios e institutos, mancomunidades y Agencias de Desarrollo Local, asociaciones empresariales, etc.

3. La ausencia de los profesionales de la cultura del debate público sobre temas de relevancia social, más allá de los temas culturales.

4. La ausencia de una Pacto por la Cultura co-producido y refrendado por todas

las partes activas en el sector con lazos directos a la creación de políticas culturales.¹ Los Pactos por la Cultura que existen en Comunidades como Andalucía suponen un buen ejemplo aunque es preciso puntualizar que es un proceso que requiere mucha madurez de todas las partes involucradas.

Así pues, se hizo patente la necesidad de que el sector tomara conciencia como paso previo a su articulación como actor relevante en las acciones y decisiones que lo afectan. Aquí es donde la aportación de SMartib será más significativa: al abogar por la estructuración del sector profesional de la cultura eliminando trabas administrativas y obstáculos legales para que los creadores puedan concentrarse en crear y en cooperar tanto a nivel local, como nacional y europeo.

La cultura también se ha resentido con la reciente crisis económica en casa de nuestros vecinos europeos. No obstante, podemos encontrar en otros países europeos ideas para poder hacer frente a la difícil situación de la cultura en nuestro país. Ideas que van desde acciones con la prensa y otros líderes de opinión, el desarrollo de públicos a través de la educación en la escuela y formaciones ad hoc, consultas públicas a los profesionales y a los ciudadanos, la creación de instituciones de seguimiento del sector de la cultura coordinadas con otras entidades europeas, el apoyo de grupos de expertos para cuestiones específicas, etc. que ni siquiera constituyen una opción real en nuestro país.² Teniendo en cuenta que en España el 3,6 % del PIB está relacionado con la Propiedad Intelectual de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) y que estas generan un empleo de 488.700 puestos de trabajo, el tema no es baladí.³

Pero más allá de justificar la cultura por su peso en PIB nacional, el sector adolece de un discurso que sustente su aportación a nuestra sociedad. Un punto de partida “emocional” es preguntarse ¿qué haríamos sin la cultura? Al fin y al cabo cuando cierra un cine o un teatro, cuando un grupo de jóvenes bailarines abandona su sueño de montar su compañía, una artista no puede desarrollar su trabajo por falta de estructuras de

¹ La conferencia estatal organizada en Madrid en diciembre de 2010 titulada “Pacto por la Cultura” apelaba a la Convención de Unesco sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales (2005) adoptada por España para identificar unos retos y proponer 12 líneas de acción que conformarían un Pacto entre los profesionales de la cultura, las administraciones públicas y la sociedad. En marzo de 2015 tuvo lugar la segunda Conferencia Estatal por la Cultura promovida por la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (www.feagc.com/index.php/ii-conferencia-de-la-cultura). Uno de los objetivos del evento será evaluar las 12 líneas de acción del Pacto por la Cultura de 2010 y elaborar un nuevo Pacto por la Cultura.

² El proceso abierto y participativo llevado a cabo en Bélgica bajo el nombre de los Estados Generales de la Cultura (www.culture.be/index.php?id=5236), los observatorios nacionales en Francia (www.observatoire-culture.net) o Quebec (www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture), la colaboración fundación privada-sector cultural de los Estados Generales. Algunas excepciones que merecen mención son el Observatorio de la Cultura (www.fundacioncontemporanea.com/observatorio-de-la-cultura) que en diciembre de 2014 publicó su décima consulta que valora la calidad e innovación de la programación cultural de las diferentes comunidades autónomas y ciudades de España y la agencia Interarts (www.interarts.net) trabaja desde 1995 para apoyar el diseño de políticas culturales, contribuir a los procesos de desarrollo desde el sector cultural y facilitar la transferencia de conocimientos e información en el campo de la cultura.

³ Fuente: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-3725

apoyo o por el coste oportunidad que hacerlo conllevaría, fracasamos todos un poco como sociedad. Porque la cultura nos permite imaginar alternativas, soñar posibilidades distintas a las que nos constringe el día a día. Un desafío para el sector es encontrar la manera de ir más allá de la cuantificación o monetarización de su contribución a nuestra sociedad.

3. Una solución global para una necesidad local

El modelo que sustenta SMartib es radicalmente innovador, por lo que ha estado siempre acompañado de críticas y de obstáculos. Hace 16 años, cuando hartado de penalidades y obstáculos insalvables como manager musical el belga Pierre Bernotte ideó con su amigo ingeniero Julek Jurowicz ofrecer servicios mutualizados a los artistas en su país, casi nadie les creyó. La asociación SMartbe (acrónimo de la expresión francesa “*Société Mutuelle pour artistes*”) surgió de la necesidad básica de que artistas, técnicos y trabajadores intermitentes de la creación comprendieran la complejidad administrativa del sector de la cultura en Bélgica. Para ello, comenzaron encargándose de la gestión administrativa de la actividad del colectivo de los músicos, aunque rápidamente se darían cuenta de que solo si eran capaces de atraer a una masa crítica tendrían acceso a una economía de escala que les permitiría poner en práctica para el sector los principios de mutualización de riesgos y beneficios con el que habían soñado. Además, se hizo claro que una ventaja competitiva residía en poder gestionar el alto volumen de trabajo con una aplicación tecnológica que fuera intuitiva y flexible. De ahí nació Ubik, la plataforma de gestión de proyectos que permitía acceso tanto a socios como a los gestores de la asociación.

Cuadro 1. Objetivos y carta de SMartbe

Nuestros objetivos:

1. Escuchar de forma activa las necesidades colectivas e individuales del sector.
2. Concebir y poner a disposición de los miembros de la comunidad una paleta de herramientas y de servicios útiles para el ejercicio de sus actividades en Bélgica y en el extranjero.
3. Acompañar a los miembros a lo largo de sus carreras; proporcionarles la información pertinente, el asesoramiento jurídico y económico y el entorno de apoyo para el montaje, la ejecución y la difusión de sus proyectos.
4. Creación y gestión de los fondos de garantía que ofrecen a los miembros una mayor seguridad financiera.
5. Diseñar y proponer a las autoridades públicas medidas para mejorar la seguridad jurídica y administrativa en el ejercicio de las actividades (NDT: *de nuestros miembros*).
6. Construir una red internacional de cooperación para proporcionar

herramientas y servicios de apoyo a las actividades transnacionales y trabajar para mejorar y armonizar las condiciones de trabajo en Europa.

7. Asegurar la presencia del sector en los mecanismos de concertación económica y social.

Nuestra carta:

- Servimos a los artistas, técnicos y todos aquellos que están activos en el campo de la creación; más en general, a aquellos que desarrollan su carrera de forma intermitente en base a proyectos.
- Somos una estructura participativa gestionada democráticamente y controlada por sus miembros usuarios.
- Creamos la solidaridad necesaria en un campo profesional cuyas necesidades concretas se desconocen y se ignoran como es el caso del sistema general de seguridad social así como la legislación laboral y fiscal.
- Nuestro proyecto excluye la búsqueda de lucro.
- Trabajamos para y con nuestros miembros.

Fuente: <http://smartbe.be> (traducción propia del francés)

Desde el principio, una de las tónicas de SMartbe fue la atención personalizada a los socios. Para ello se creó la figura del “asesor”, que además de ofrecer asistencia especializada podía actuar como asesor legal o laboral para que la realización de la actividad fructifera. El crecimiento exponencial en término de número de socios no tardó en llegar: de 400 socios en 1999 a unos 69.000 socios en 2016.

A partir de ahí se sucederían una serie de hitos que confirmarían, a la vez que enriquecían, la voluntad y objetivos de la organización. El primer y prometedor resultado revirtió directamente en los mismos socios: la creación del Fondo de Garantía y del Fondo Social. El primero aseguraba el cobro de las facturas independientemente de que estas hubieran sido pagadas por los clientes, mientras que el segundo permitía la puesta a disposición de sumas económicas a los socios a un interés cero. Nueve años después de su creación, SMartbe se dio cuenta que era fundamental aprovechar la cantidad de información que generaba ya que con ella podía obtenerse una imagen acertada y al día del sector cultural en Bélgica. Y el mismo año que SMartbe cumplía 10 años realizó su sueño de ampliar los servicios que ofrecían en línea con “SMartAgora”, la página comunitaria para socios en los que poder anunciar oportunidades de empleo e intercambiar opiniones o cualquier otro tipo de información.

A la vez que se establecía SMartbe en 1998, se formalizaba la Plataforma nacional de Artistas, organización esencial en la lucha por los derechos y el reconocimiento legal y laboral de los artistas y de sus proyectos. La propia SMartbe había tenido un papel

activo en su creación y rápidamente tomaría conciencia del peso político y la fuerza en forma de presión con la que contaba el sector. Muestra de ello es que SMartbe lanzó hace unos años su propio “blog político” (<http://blog.smartbe.be>) en el que publica las acciones llevadas a cabo por la organización para influir en el *status quo* de la cultura y en especial en aspectos que perjudican a los artistas. De hecho, a raíz del debate interno propuesto por Culture Action Europe (www.cultureactioneurope.org), SMartbe ideó una campaña llamada “*Je vote Culture*” (Yo voto Cultura) que puso en práctica en las elecciones regionales, federales y europeas de mayo de 2014.

Como vemos, lo que comenzó como una asociación que cumplía la simple función de gestionar contratos tuvo efectos secundarios muy positivos para el sector cultural. Por un lado, los artistas y creadores comenzaban a tomar conciencia de conformar un segmento del sector cuando tradicionalmente había estado caracterizado por una fuerte atomización. Como resultado, eran capaces de converger y llevar a cabo acciones comunes, con lo que se les comenzaba a tener en cuenta en aquellas negociaciones que les afectaban. Con el paso del tiempo se llegaría incluso a solicitar su opinión para asuntos relacionados con el sector cultural y la cultura en general.

A lo largo de los años, este aspecto de defensa de los derechos de los actores del sector se fue consolidando en paralelo a la interacción con representantes del sector en otros países. En un breve espacio de tiempo, la creación de una plataforma europea que mejorara la condición de los artistas en todos los países y que facilitara la movilidad de los mismos se convirtió en algo central para la actividad de SMartbe. Así, en 2008 participa en la creación de SMart France poniendo a disposición del equipo francés no solo financiación semilla para lanzar una experiencia piloto sino además el saber hacer y seguimiento del equipo belga original. Seis años más tarde, SMartFr agrupa a más de 6.289 artistas y mueve una cifra de negocio de 5.383.542€.

Considerado como un caso de innovación social por la literatura especializada, el modelo SMart se encuentra presente (aunque en distintas fases de desarrollo) en más de 10 países europeos pero solo en algunos países su implantación puede considerarse como exitosa en términos de estabilidad financiera y de adhesión de nuevos socios en un breve periodo de tiempo. España constituye uno de esos casos, haciéndolo particularmente interesante para el análisis y la reflexión que persigue este Caso de Estudio.

Como decíamos, SMartib y sus equivalentes en otros países forman parte de un proyecto europeo cuyo objetivo original de mejorar las condiciones de trabajo y facilitar la movilidad “real” de los artistas y creadores en Europa se ha visto enriquecido con la voluntad de facilitar el acceso a la financiación de la cultura a través de una entidad que ponga a las personas y la sociedad en el centro de sus actividades y de crear una red de emprendedores sociales dedicados a la cultura.

4. Construyendo un sueño compartido: La historia de SMartib

Enraizada en la Economía Social tanto por los valores que defiende como por la historia de su creación, SMartib se apoya en los dos principios que también caracterizan a la experiencia belga: la ausencia de ánimo de lucro y la mutualización de riesgos y beneficios. Estos dos principios se unen a los siete principios para la gestión de las cooperativas que defiende la Alianza Cooperativa Internacional (<http://ica.coop/es>): la adhesión abierta y voluntaria; la gestión democrática; la participación económica de socios y socias; la autonomía e independencia; la educación, formación e información; la cooperación entre cooperativas; y el compromiso con la comunidad.

El hecho de que SMartib carezca de ánimo de lucro no quiere decir que no busque ser rentable y competitiva en sus mercados sino que los beneficios generados por la actividad se reinvierten en la cooperativa con el fin de ofrecer más y mejores servicios a los socios cooperativistas. A modo de ilustración de este principio, señalaremos el compromiso de la entidad con un nivel de atención personalizado a los socios por parte de los gestores que lleva a incorporar nuevos gestores a medida que crece la base o la puesta en marcha de un Fondo Social que permita a los socios decidir cómo se reinvierten esos beneficios. Respecto a la mutualización de riesgos y beneficios, supone un principio muy antiguo en muchas culturas aunque en la tradición occidental haya quedado muy reducido por las asociaciones a las mutuas sanitarias (basadas no obstante en el mismo principio) y en las expresiones relacionadas con las “mutualizaciones de deuda” que han surgido en el contexto de la reciente crisis financiera y económica.⁴ La mutualización no implica una solidaridad a secas, ya de por sí esencial para la supervivencia del ser humano, sino una solidaridad responsable, informada y participativa. Tanto creadores que comienzan como aquellos más establecidos saben que mientras los períodos “rentables” fluctúan, no suelen hacerlo las necesidades que conlleva el día a día. Solo poniendo en común lo que se recoge en tiempo de cosecha para momentos de carestía puede hacerse frente de forma serena a la profesión de crear. No puede haber pues, nada de irresponsable, ignorante o pasivo en la persona que elige mutualizar riesgos y beneficios mientras continúa creciendo como profesional. Y sin embargo, a día de hoy, uno de los mayores obstáculos a la hora de explicar el concepto de SMartib a personas que no han oído hablar nunca de este modelo es precisamente la incredulidad con la que responden a este principio de mutualismo.

La historia de la llegada de SMart a España es muy distinta a la de otros países. Por un lado, existían contactos informales entre los representantes de SMarteu con profesionales de la danza instaladas en Barcelona que los mantenían al corriente de la situación del sector en España. De forma paralela e independiente, los representantes de la cooperativa de empleo andaluza Aura creada en 1996⁵ participaron en el

⁴ Preferimos, puestos a escoger una imagen, la acepción biológica de “mutualismo” a través del cual dos especies distintas interactúan de forma que beneficia a ambas para mejorar su posibilidad de reproducirse.

⁵ Aura Empresa de Trabajo Temporal (ETT) y Cooperativa de Empleo, S. Coop. And. de interés social constituye una excepción tanto en el mundo de las ETT como en el mundo de las cooperativas al no buscar la maximización del lucro como objetivo central y al perseguir el interés social general

programa ESEmpleo puesto en marcha por CEPES-Andalucía gracias al cual conocieron de primera mano algunas iniciativas para la creación de empleo del sector cooperativo en Bélgica, Italia y Francia ⁶. En este último país, las cooperativas de actividad y empleo llevan dos décadas operando con un éxito de los proyectos de un 70%. De hecho, el modelo de cooperativa de impulso empresarial (ver Cuadro 3. Normativa reguladora de SMartib en la página 11) se inspiró en este modelo cooperativo aunque su regulación oficial tardaría algunos meses más en llegar que en España. El contacto directo con los profesionales de ambos países y la visita a la realidad belga facilitó que se acordara poner en marcha la evaluación de las posibilidades de adaptación del modelo SMart a la realidad española. Tras dicha evaluación se acordó la constitución de SMartib con sede oficial en Málaga en abril de 2013 ⁷ con la posibilidad de acceder al saber hacer y a la financiación proporcionada por la estructura SMartEu. El objetivo, en términos empresariales, era alcanzar el “punto cero” --- en referencia a las pérdidas o, en otras palabras, el alcance de la rentabilidad --- en tres años.

Resulta aquí fundamental reconocer los dos factores esenciales que determinarían el establecimiento de SMartib así como sus características específicas: las profundas raíces de la ETT y cooperativa Aura en la Economía Social andaluza y su saber hacer en el mercado, así como el apoyo institucional recibido para poder acceder a experiencias más allá de nuestras fronteras. Sin estos dos elementos no hubiera podido hablarse de SMartib tal y como la conocemos hoy en día.

SMartib es una cooperativa que nace para facilitar al profesional de la cultura un marco legal en el que trabajar y un contexto de defensa de sus derechos. Ofrece servicios mutualizados a artistas, creativos, técnicos, gestores y demás profesionales de la cultura, que podrán cotizar y recibir prestaciones sociales durante los periodos laborales activos. Existen muchos tipos de cooperativas (de trabajo, de crédito, de enseñanza, de vivienda, sociales, etc.) pero para su constitución SMartib eligió una categoría de reciente creación: la cooperativa de Impulso Empresarial. Este tipo de cooperativa también se conoce como “cooperativa paraguas” y es una figura que solo contemplan las legislaciones andaluza y cántabra. ⁸

y no limitada a un colectivo específico.

Como lo explica Barco (2007), es una cooperativa con una larga trayectoria en la intermediación en un mercado del trabajo en una región en la que los casos de éxito de este tipo de entidad brillan por su ausencia. El core business de Aura es la oferta de servicios a empresas a través de la contratación temporal de personal para puestos de trabajo en estas empresas. La novedad de Aura respecto a otros sectores radica en que al tratarse de una cooperativa, a los contratados se les ofrece ser socios (aunque esté limitado al periodo que dura la contratación) de la cooperativa. Además, desde el punto de vista estratégico, Aura se ha especializado en el sector de la hostelería y el 60% de los trabajadores provienen de colectivos en riesgo de exclusión.

⁶ El proyecto ESEmpleo (<http://www.cepes-andalucia.es/blog-eseempleo>) tiene por objetivo implantar en Andalucía métodos y conocimientos derivados de experiencias europeas de creación y promoción de empleo estable y de calidad mediante fórmulas de Economía Social, con el objetivo de aplicarlas a las políticas activas de empleo andaluzas.

⁷ El alta del primer socio no se daría hasta el mes de junio de 2013.

⁸ En España, las Comunidades Autónomas tienen transferidas las competencias sobre la legislación en materia de cooperativas. En general ofrecen marcos de referencia respecto al reconocimiento legal de la forma cooperativa para el resto de países europeos. El Ministerio de Empleo y Seguridad

La sede social de SMartib está en Málaga, aunque la entidad tiene presencia en toda España. Está formada por dos tipos de socios, los “socios de estructura”, que son los que se encargan de realizar todo el trabajo administrativo y de asesoramiento laboral, y los “socios usuarios” que son los profesionales del ámbito de la cultura que realizan su trabajo por cuenta propia.

Al entrar en la entidad, cada socio aporta un capital social de 150 € --- distribuable en tres años --, cantidad que se devuelve a lo largo del año siguiente en caso de que el socio deje la cooperativa. Y luego SMartib se autofinancia con un porcentaje de los contratos y facturas emitidas por los socios con sus trabajos. Es decir, de cada contrato o factura la cooperativa recibe el 7,5% que se destina a ofrecer a los socios los servicios mutualizados, la formación, el asesoramiento sobre todos los aspectos indispensables para que el socio pueda desarrollar su actividad, como por ejemplo prevención de riesgos laborales, seguro de responsabilidad civil, etc. Uno de los servicios mutualizados que revela el aspecto solidario del proyecto es el Fondo de Garantía que garantiza que los socios cobren sus honorarios total o parcialmente al mes del término del contrato, aunque sus clientes no hayan efectuado el pago siempre que la cantidad a cobrar no exceda del doble del salario mínimo interprofesional y con un límite de tres meses por razones de sostenibilidad.

Tal y como lo confirma su lema “la intermitencia no es sinónimo de precariedad”, el objetivo de SMartib es que los artistas y creadores puedan alcanzar su potencial profesional sin sentir que están en desventaja con otras categorías de trabajadores. Para ello SMartib ha desarrollado una serie de servicios mutualizados, de asesoramiento legal y administrativo y del acceso a protecciones y seguros comunes, a la vez que permite que estén dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social por los días que se realiza el trabajo. Además, cuenta con ventajas frente a otras modalidades de actividad laboral existentes en nuestro país, como la de Autónomos. Por un lado, no hay pago por un periodo determinado de cotización y además la responsabilidad civil queda limitada al aporte al capital social de la cooperativa (150€) frente a la responsabilidad ilimitada con bienes presentes y futuros a la que deben hacer frente los Autónomos.

Desde un principio se aprovecharon las sedes operativas de Aura para lanzar la propuesta de SMartib, lo que permitió reducir costes de estructura y de personal hasta que se contrataron a los primeros empleados de SMartib en Madrid y Sevilla. Siguiendo la vocación de presencia territorial en todas las Regiones Autónomas del país de SMartib, se añadió la sede de Barcelona a la red de seis oficinas (Antequera, Córdoba, Granada, Jérez, Málaga, Sevilla) de Aura. La posible bicefalia que hubiera podido surgir como consecuencia de los diversos contactos del equipo belga en el mismo país y que estos procedieran de contextos tan diferentes se resolvió a tres niveles: primero, de manera formal se incluyó al equipo de Barcelona en la estructura de la cooperativa como “Socio de Estructura”; segundo, una comunicación continua

mantiene un listado de las leyes autónomas existentes en España:
http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/EconomiaSocial/legislacion/leyesCoopAutonomicas.htm

entre los equipos con interacciones formales e informales, tanto cara a cara como a través de las nuevas tecnologías; y por último, la pertenencia al supra-proyecto de SMartEu posibilitó la intermediación de un socio externo pero también comprometido con el proyecto en conflictos potenciales a la vez que permitía la adhesión a objetivos que iban más allá de situaciones concretas y contextuales.

En un segundo paso de consolidación a nivel nacional, SMartib se instaló en la Comunidad de Madrid gracias al acuerdo alcanzado con la Asociación de Gestores Culturales de Madrid (AGETEC). La decisión de establecer un marco de colaboración entre SMartib y AGETEC se basó en el objetivo de dignificar el empleo del sector cultural en Madrid a la vez que mejorar la cualificación y formación profesional del mismo. Esta voluntad de colaboración con los actores locales ya existentes en un determinado territorio por parte de SMartib abrió las puertas a una estructura y unas redes que hubiera llevado mucho tiempo construir.

Cuadro 2. Quién es quién en SMartib

Aunque los socios de SMartib están presentes en nueve Comunidades Autónomas, los socios de estructura se concentran en tres Comunidades. Presentamos brevemente las personas que integran las tres sedes originales de SMartib con el objetivo de ofrecer una pincelada de la riqueza en términos de capital humano y variedad de perfiles dedicados al apoyo de los socios de SMartib.

Andalucía

Laura Acosta: comunicación, relaciones externas, desarrollo y planificación.

José Manuel Martínez: presidencia, relaciones con las administraciones públicas, financiación y estrategia.

M^a Dolores Navas: asesoramiento laboral – administrativo.

Adolfo Pachón: informática y tecnología.

Eva Roldán: asesoramiento laboral – administrativo.

Gabriel Sánchez Bárcena: asesoramiento legal, relaciones con las administraciones públicas.

Cataluña

Agnès Blot: alianzas internacionales, representación, relaciones exteriores.

Jetti Hoenisch: coordinación de proyectos, asesoramiento laboral – administrativo. Pía

Mazuela: coordinación de proyectos, relaciones exteriores.

Madrid

Luis Jiménez Pérez: coordinación de proyectos, asesoramiento laboral – administrativo. M^a

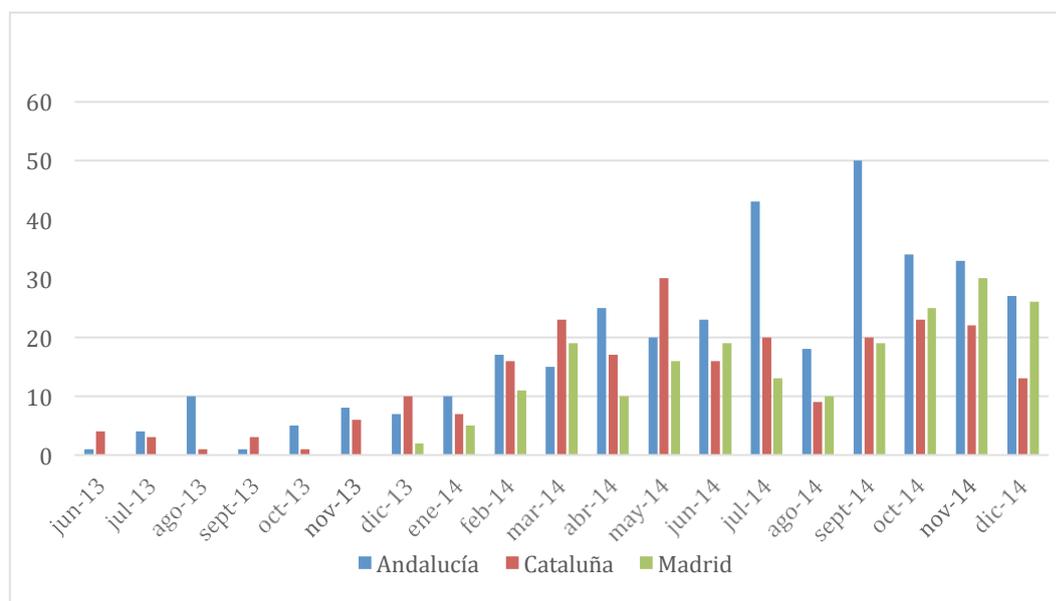
Pilar López García: coordinación de proyectos, asesoramiento laboral – administrativo.

Más información: <http://www.smart-ib.org>

Así pues, se comienzan a llevar a cabo sesiones informativas y se participa en ferias y eventos relacionados con la cultura y las industrias creativas en todo el territorio español. La aparición de SMartib en el panorama cultural español se va realizando de manera discreta pero sólida, llegando a conseguir en tan solo 18 meses de existencia

800 socios y un volumen de facturación de 2.023.000 €. Estos resultados rebasan las expectativas acordadas en el periodo de negociación con SMartEu, lo que hace suponer que el “punto cero” al que hacíamos referencia se conseguirá antes de lo esperado.

Tabla 1. Evolución de socios de SMartib según Comunidades con



representación (junio 2013 – diciembre 2014)

Fuente: SMartib

Como ya hemos señalado, el modelo revolucionario en el que se apoya SMartib viene avalado por la experiencia belga (SMartbe) y en España ha encontrado la colaboración y el interés del gobierno regional andaluz que ha llegado a crear una forma legal específica para este tipo de iniciativa, la cooperativa de impulso empresarial. Además, la apertura por parte de los responsables tanto a nivel regional como nacional parece augurar que se mantendrá el diálogo necesario para hacer frente a las transformaciones del mercado laboral.

Así pues, el caso español presenta peculiaridades que lo distinguen del caso belga o francés pues las condiciones de creación difieren en los tres casos. Por un lado, la fórmula legal elegida en España es la cooperativa de impulso empresarial y a partir de ahí se ha optado por la creación de un Grupo Cooperativo. Como se explica en el Cuadro 3, las cooperativas de impulso empresarial ofrecen una fórmula “paraguas” que da cobertura a trabajadores intermitentes pero también a emprendedores que estén en las fases iniciales de creación de empresa. Por ejemplo, bajo la cobertura administrativa y legal de SMartib, artistas o asesores culturales con una idea de empresa o un proyecto en marcha pueden lanzar una experiencia piloto que poder testear a la vez que crean desde el principio su propio puesto de trabajo. Otra peculiaridad del caso español emana de la anterior pero también de la sólida estructura empresarial en la que se apoyó SMartib: el satisfactorio test de mercado y

el consecuente éxito en términos de socios y de cifra de negocio. Además de ofrecer una esperanza para el sector en España, esto ha hecho que SMartib se convierta en buena práctica para el resto de la plataforma europea de SMart.

Cuadro 3. Normativa reguladora de SMartib

Las formas de emprendimiento colectivo han visto crecer el interés por parte de las administraciones públicas y los ciudadanos a partir del impulso que se le ha dado a cualquier tipo de emprendimiento en gran parte como consecuencia de la última crisis económica. El Artículo 93 de la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas aprobada por unanimidad por el Parlamento de Andalucía, introdujo un nuevo subtipo de cooperativas, dentro de la modalidad general de las cooperativas de trabajo. Esta regulación básica de esta forma societaria encuentra su desarrollo en los artículos que van del 81 al 86, ambos inclusive, del Decreto 123/2014, de 2 de septiembre (BOJA nº186, de 23 de septiembre), por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas. En este tipo de cooperativa cabe diferenciar una doble dimensión:

1. Es una cooperativa de trabajo, es decir, el resultado de la unión de un grupo de personas físicas que deciden poner en común su trabajo para producir bienes o servicios para terceros.
2. Es una cooperativa de servicios en cuanto se presta una cobertura estructural para dispensar una pluralidad de servicios mutualizados. Así, por ejemplo, en el caso concreto de SMartib además del adelanto del pago y la gestión de cobro, la cooperativa presta una cobertura de responsabilidad civil para todos los socios, prevención de riesgos laborales, servicios de asesoramiento, etc. Además, se trabaja para poner a disposición de los socios una plataforma tecnológica que ofrecerá una oficina virtual, disponible para los socios 24 horas al día, un ágora o lugar de encuentro entre los socios, etc.

Este tipo de entidad, también conocida como “cooperativa paraguas” así como estructuras similares, existen en otros países como intermediarias entre freelance o trabajadores intermitentes y el cliente final. Sin embargo, las fórmulas que existían hasta el momento en España bien situaban al trabajador en una situación de desventaja, a veces rayando la desprotección, o bien le creaban situaciones difíciles de alegalidad o de ilegalidad. Además esta forma empresarial se revela como fórmula ideal para aflorar parte de la economía no declarada, comúnmente conocida como “economía sumergida”.

Las cooperativas de impulso empresarial, además de su regulación en la citada norma andaluza, también están contempladas en la Ley de Cooperativas de Cantabria (artículo 130 de la Ley 6/2013, de 6 de noviembre, de Cooperativas de Cantabria).

Más información: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2014/186/3>

Esta heterogeneidad en los ejemplos nacionales de SMarteu es característica de los procesos de difusión geográfica de modelos de innovación social como el de Smart. Lejos de poder tomar prestados prototipos o modelos de negocio probados y replicarlos en otros contextos con un nivel reducido de adaptación como sucede a menudo en procesos de difusión de innovación tecnológica o tradicionales, la innovación social implica una comprensión profunda del contexto, incluyendo necesidades y actores clave, así como el compromiso de actores que actúen como “traductores” más allá de los iniciadores y la implicación de todos los grupos de interés. Requiere además un seguimiento constante de los objetivos trazados y de los factores que podrían alterarlos así como el acceso a recursos de diversa naturaleza (no solo económica) para asegurar su éxito.

5. ¿Y si el camino no es de baldosas amarillas? Retos y oportunidades en el futuro de SMartib

Antes de concluir la descripción de SMartib como iniciativa prometedora en España, cabe preguntarse por los posibles obstáculos a los que podría hacer frente en los próximos años. Sin querer ser exhaustivos, señalamos aquellos que, bien por su relevancia para la supervivencia de la organización para poder cumplir su misión y llevar a cabo las acciones colectivamente acordadas por los socios, o bien por la delicada situación que atraviesa el sector de la cultura nos han parecido más urgentes.

Como ya hemos señalado, el sector cultural en España se caracteriza por una alta dependencia del sector público para su financiación así como por un alto grado de heterogeneidad. Esto dificulta la identificación de prioridades para emprender acciones conjuntas. Por ello, es importante que SMartib siga atrayendo socios y que estos encuentren en la cooperativa un entorno en el que poder llevar a cabo iniciativas que no podrían realizar en ningún otro contexto. Esto contribuiría, además de a crear “masa crítica”, a consolidar la estabilidad económica de la entidad.

SMartib ha alcanzado un alto número de socios en un tiempo récord casi sin haber realizado acciones de promoción concretas. Su herramienta infalible ha sido el boca a boca y la recomendación personal, lo que demuestra que responde a una necesidad latente en el sector. Por ello y conectando con el párrafo anterior, ahora es el momento de dar respuesta a las expectativas que se han creado no solo a nivel de servicios ofertados sino también de promoción y puesta en red de los socios. Para esto, SMartib cuenta con la herramienta más potente: sus propios socios, aunque no basta con reconocer este potencial sino que hay que ser consecuente y actuar. En muchas ocasiones los socios de SMartib ya están en red con otros socios (reales o potenciales) y nunca les faltarán ideas que expandan las conexiones para seguir creando: encuentros presenciales locales y nacionales, la creación de festivales y otros foros en los que conocer el trabajo de otros socios y la formulación de posibilidades concretas de interacción formal e informal, espontánea o programada son algunas de las vías posibles. El nivel de participación de la estructura administrativa de SMartib en la concepción y organización de estas acciones no debe ser siempre la misma aunque

mientras los estímulos para lanzarlas no surjan de forma espontánea entre los socios sí le corresponderá un papel de iniciador.

A nivel interno, es fundamental que SMartib se dote de las condiciones necesarias para poder activar el potencial de sus socios *a priori* como hemos dicho iniciando acciones concretas de puesta en red e intercambio entre socios pero sobre todo con otros actores sociales, especialmente aquellos relacionados con la Economía Social. Considerando el alto grado de institucionalización de la Economía Social en España y el reconocimiento del que goza SMartib en el sector, se podría tener acceso a recursos nacionales y europeos concretos puestos a disposición de cooperativas y emprendimientos colectivos. Además, como organización paraguas, SMartib puede abrir caminos de reflexión y acción en aquellas áreas en las que se concentren las necesidades del sector. Algunos ejemplos serían: posibles vías alternativas de financiación, la creación de sinergias entre los propios miembros considerando la posibilidad del trueque, la promoción de públicos alternativos en sectores concretos a través de medidas y campañas, etc.

Cuadro 4. Ecosistema de Impulso Musical SMartib (EIMUS)

La primera iniciativa que han impulsado los propios socios bajo el abrigo de SMartib es un sello de producción a través del cual los músicos profesionales y socios dedicados a la música podrán producir y lanzar sus trabajos. Este Ecosistema de Impulso Musical SMartib (EIMUS) se especializa en la gestión, publicación y producción de partituras, música y conciertos. Bajo la batuta del socio de SMartib Iván Caramés Bohigas, esta plataforma pretende ofrecer soluciones a los principales problemas fiscales y legales a los que se enfrentan los músicos profesionales en el desarrollo de su carrera en España. EIMUS dignifica la profesión de los músicos permitiendo que los creadores puedan cotizar en la Seguridad Social por los ingresos de las ventas y la distribución de su música en cualquier formato o canal. También se pueden recibir donaciones de micro-mecenazgo a través de la plataforma. EIMUS pone al alcance de los socios además un aval fiscal que proporciona una apertura a los socios para la comercialización de música a nivel internacional sin necesidad de pagar por ser autónomo. Replicando algunos de los valores de SMartib, EIMUS se basa en los valores de sostenibilidad, solidaridad, transparencia y democracia participativa. La plataforma recibe en torno a un 10% de los ingresos percibidos por los socios, cantidad que se destina primero a cubrir los gastos generados en concepto de personal de SMartib mientras que el resto se reinvierte en la plataforma con fines que beneficien a la mayoría de sus miembros. También se llevarán a cabo proyectos propuestos y elegidos de manera democrática por los socios bajo criterios de sostenibilidad y continuidad. Además de la función fiscal, la plataforma se organiza como un ecosistema de forma que se crean “sellos artísticos” de personas con intereses estéticos afines. Estas células incluyen grupos de instrumentistas, compositores y managers que pueden abarcar todas las fases del proceso de creación musical, desde una idea hasta su grabación e interpretación en público. Cada sello tiene, a su vez, un fondo de reinversión con el que sus integrantes pueden invertir en construir sus carreras basándose en el apoyo mutuo, contratar a otros músicos, promotores, gestores o invertir en medios técnicos. EIMUS está construyendo una red de crowdsourcing que ponga a disposición de los socios equipo y medios técnicos para la realización de proyectos para los que no dispongan de medios. Como hemos explicado, EIMUS nace con vocación musical pero la idea es que esta iniciativa pueda replicarse en otros campos, tales como el editorial o incluso para los artistas plásticos que puedan necesitarlo.

Más información: www.eimus.coop

Desde el punto de vista de las dinámicas existentes en la propia organización, no podemos olvidar que a pesar de que SMartib nace anclada en una realidad socioeconómica muy específica (la española) para dar respuesta a una necesidad (la precariedad causada por la intermitencia en el sector cultural), pertenece también a un proyecto europeo que agrupa a otros ocho países (Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Holanda, Hungría, Italia y Suecia). Si bien la explicación de base se sustenta en una necesidad compartida por igual por todos los países europeos, la manera en la que se han puesto en marcha las estructuras nacionales varía de país a país sin por ello dejar de requerir una sincronización, por mínima que sea, que haga posible hablar de un proyecto europeo. La armonización de las demandas a veces divergentes que emanan de estas dos realidades (la local y la europea) generan una serie de retos a los que la organización se tiene que enfrentar que van desde la preparación de personal experto en relaciones internacionales para poder maximizar las ventajas de pertenecer a un proyecto europeo a la evaluación y posterior adaptación de todas las herramientas desarrolladas por el país origen (Bélgica) y refinadas en otros países vecinos. Dada la minuciosidad y el nivel altamente regulado del campo en el que SMart actúa (el mercado laboral y todas sus derivaciones en forma de “amortiguadores” sociales), existe la posibilidad de perderse en las traducciones de procedimientos con textos elaborados y de difícil comprensión o de que lo que se ha implementado en otro contexto sea irrelevante para el contexto español.

Si bien como se ha señalado el contexto institucional y legislativo que ha acompañado a SMartib ha propiciado la eliminación de trabas administrativas, no puede decirse lo mismo del sector cultural en nuestro país. Así pues, urge que SMartib establezca diálogos con los representantes de la cultura y con los representantes de las administraciones públicas para consensuar prioridades, establecer objetivos y coproducir acciones concretas. El diálogo que los representantes de SMartib comienzan a establecer con el Ministerio de Empleo y Seguridad Social para tratar el tema del acceso a las prestaciones por desempleo para socios cooperativos constituye un ejemplo esperanzador en este sentido.

En el camino de colaboración con organizaciones ya existentes que se ha batido en este primer año y medio de existencia, sin dejar de crear nuevos vínculos, hay que evaluar qué tipo de relación es más apropiada entre SMartib y todos estos colectivos e iniciativas, ya sea formalizar algún aspecto de la misma, permanecer en la misma dinámica en la que se estaba o dar la colaboración como satisfecha y definir nuevas metas.

Si hay algo que hace de la innovación social un tema fascinante es la posibilidad de alcanzar un impacto de escala sistémica. En el caso concreto de SMart, de la respuesta a necesidades concretas se pasa a la acción coordinada de un sector para llegar a una dimensión sistémica que va de lo nacional a lo supranacional. Y así, SMartib representa en el contexto español un ejemplo único de puesta en marcha de una iniciativa de raíces europeas en un Estado Miembro de la Unión Europea con una combinación acertada de acción proveniente del mismo sector (*bottom-up*) y de acción

política de arriba a abajo (*top-down*). Si bien las condiciones iniciales de creación de SMartib pueden considerarse “ideales”, queda por probar la condición de la necesidad por parte del variopinto sector que conforma el público objetivo de la entidad, artistas y creadores. Basándonos en la experiencia de los países vecinos, alcanzar una “masa crítica” es fundamental para poder argumentar que el impacto de SMartib puede alcanzar un nivel sectorial lo suficientemente sólido como para contribuir al futuro mismo del sector.

El impacto de SMartib en la cultura y la creación radica en su conexión con la empresa social y la innovación social, así como su doble dimensión nacional-europeas. Su éxito en un reducido tiempo dejan patente que el arte y la cultura, la creación en general, no pueden reducirse a una estrategia más para el desarrollo económico sino que constituyen una posibilidad de imaginar alternativas y mundos posibles que poder soñar y construir junto a otros ciudadanos sin perder pie con nuestra realidad de cada día, por dura que esta pueda ser.

Preguntas para continuar la conversación:

- Si tuvieras que presentar SMartib a un público de profesionales que nunca ha oído hablar de ella, ¿qué características subrayarías?
- En tu opinión ¿qué retos y oportunidades faltan de los identificados en este Caso de Estudio?
- Un leitmotiv recurrente a la hora de justificar las políticas nacionales y europeas de apoyo del sector cultural pasa por la contribución de la cultura al PIB. Pero ¿qué otro(s) discurso(s) sería(n) posible(s) para apoyar la importancia de la cultura en la sociedad?