



## **POSTGRAU EN ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA**

### **TREBALL FINAL**

**Creación de una nueva Asociación: EMOVERE**

**MARI LUZ MERCHANT MORENO**

**Curs acadèmic 2023/2024**

**Data de presentació de la memòria:**

**07/06/202**

**TUTOR/A DEL TREBALL: EUDALD TELER**

*Yo solía pensar que era la persona más extraña en el mundo, pero luego pensé, hay mucha gente así en el mundo, tiene que haber alguien como yo, que se sienta bizarra y dañada de la misma forma en que yo me siento. Me la imagino, e imagino que ella también debe estar por ahí pensando en mí. Bueno, yo espero que, si tú estás por ahí y lees esto, sepas que, sí, es verdad, yo estoy aquí, soy tan extraña como tú".*

*Frida Kahlo .*



## ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.</b>                             | <b>8</b>  |
| <b>2. MARCO TEÓRICO</b>  | <b>9</b>  |
| 2.1 ECONOMÍA SOCIAL I SOLIDARIA                                  | 10        |
| 2.1.1. VALORES DE LA ESS   | 10        |
| 2.1.1.2. IMPACTO SOCIAL  | 10        |
| 2.1.1.3. ENFOQUE DEL CUIDADO Y LA SOSTENIBILIDAD                 | 11        |
| 2.1.1.4 TRANSFORMACIÓN DEL MODELO ECONÓMICO:                     | 12        |
| 2.2 ECOFEMINISMO   | 13        |
| 2.3. PUNTO DE ANÁLISIS ENTRE LA ESS Y EL EF                      | 14        |
| 2.4. MARCO LEGAL   | 14        |
| <b>3. ANÁLISIS DEL CONTEXTO</b>                                  | <b>15</b> |
| 3.1. CARACTERÍSTICAS DEL TERRITORIO                              | 16        |
| 3.2. VISIÓN DE LO QUE NOS ENCONTRAMOS EN LA ACTUALIDAD           | 19        |
| 3.3. BENCHMARKING: EXPERIENCIAS INSPIRADORAS                     | 19        |
| <b>4. EMOVERE: UNA PROPUESTA PARA LA VISIBILIZACIÓN FEMENINA</b> | <b>20</b> |
| 4.1. PROPUESTA DE VALOR  | 21        |
| 4.2. PÚBLICO   | 22        |
| 4.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y DE ACCIÓN                             | 23        |
| 4.3.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA                                    | 23        |
| 4.3.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA                                  | 24        |
| <b>5. NUEVAS ESTRATÉGICAS Y PLAN DE ACCIÓN</b>                   | <b>24</b> |
| <b>6. CONCLUSIONES:</b>  | <b>24</b> |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>                                | <b>25</b> |

## AGRADECIMIENTOS:

Desde muy pequeña he estado vinculada al mundo del asociacionismo, mi familia me ha enseñado valores tan importantes como el respeto y la empatía. He crecido en una familia donde el valor del tiempo era compartir.

La fuerza de los movimientos sociales ha sido vivida con orgullo para mí y siempre acompañada de las mujeres de mi familia.

Mi abuela, mi madre, hermanas, primas, tíos y ahora mis hijas. ¡¡Mi padre decía que éramos un clan!!

Gracias a ese clan, soy quien soy, he tenido que romper con muchas reglas marcadas, deshacerme de mochilas llenas de prejuicios y estereotipos por creer y querer ser mujer independiente.

Viajar para mí es una necesidad, me ayuda a volver a mi esencia, a encontrarme con otras realidades, a unir lazos que nos conecten con lo perfecto de la vida y eso lo heredé de ti papá.

Reconectarme, sería la palabra de este postgrado para mí.

Hay que recordar que ya existían formas mejores de hacer, de ser y de dejar ser. La mirada de la Economía Social y Solidaria, las personas que he conocido, los proyectos, los ponentes de cada miércoles, me han servido para cargar pilas, aceptar errores y defender que otras maneras de hacer son posibles.

Gracias por todo este tiempo y gracias por dejarme ser.

Mariluz Merchant Moreno

**Resumen en castellano:**

Mi trabajo final de postgrado (TFP) parte del papel histórico que han tenido y tienen las asociaciones y organizaciones como motor del cambio positivo en la sociedad, satisfaciendo necesidades no cubiertas por los mercados o del propio Estado. Las capacidades que estas tienen para movilizar recursos económicos y humanos las convierten en elementos esenciales para la construcción de un mundo más igualitario, saludable, inclusivo y sostenible para la sociedad.

Fomentar e incorporar los valores de la economía social y solidaria desde una perspectiva ecofeminista implica un valor añadido a todo lo anterior y desde esta perspectiva nace “Emovere”. Una asociación creada por y para mujeres. Empoderándose en sus proyectos, ampliando mercados dentro de contextos empresariales como los financieros, comerciales o tecnológicos y no relegándolas solamente al ámbito social; rompiendo con la invisibilidad, tejiendo redes entre ellas y promoviendo espacios para liberar la carga emocional generada por los estereotipos impuestos por la sociedad.

“Emovere” quiere ser un referente que contribuya a provocar, agitar, transformar y reeducar para el cambio social.

Palabras claves: Invisibilidad femenina, empoderamiento, emoción, transformación, agitar, provocar inspiración, Impulsora.

**Resumen Català:**

El meu treball final de postgrau (TFP) parteix del paper històric que han tingut i tenen les associacions i organitzacions com a motor del canvi positiu a la societat, satisfent necessitats no cobertes pels mercats o del mateix Estat. Les capacitats que tenen per mobilitzar recursos econòmics i humans es converteixen en elements essencials per a la construcció d'un món més igualitari, saludable, inclusiu i sostenible per a la societat.

Fomentar i incorporar els valors de l'economia social i solidària des d'una perspectiva ecofeminista implica un valor afegit a tot això i des d'aquesta perspectiva neix “Emovere”. Una associació creada per i per a dones. Empoderant-les en els seus projectes, ampliant mercats dins de contextos empresarials com els financers, comercials o tecnològics i no relegant-les només a l'àmbit social; trencant amb la invisibilitat, teixint xarxes entre elles i promovent espais per alliberar la càrrega emocional generada pels estereotips imposats per la societat.

“Emovere” vol ser un referent que contribueix a provocar, agitar, transformar i educar per al canvi social.

Paraules clau: Invisibilitat femenina, empoderament, emoció, transformació, agitar, provocar inspiració, Impulsora.

## MY RESUM:

My final postgraduate project (TFP) is based on the historical role that companies and organizations have had and have as a driver of positive changes in society, satisfying needs not covered by the markets or the State itself. The capacities they have to mobilize economic and human resources make them essential elements for the construction of a more egalitarian, healthy, inclusive and sustainable world for society.

Promoting and incorporating the values of the social and solidarity economy from an ecofeminist perspective implies adding value to all of everything stated above, and from this perspective “Emovere” emerged. An association created by and for women. Empowering them in their projects, expanding markets within business contexts such as financial, commercial or technological and not relegating them only to the social sphere; breaking with invisibility, weaving networks between them and promoting spaces to release the emotional toll generated by the stereotypes imposed by society.

“Emovere” wants to be a reference that contributes to provoke, agitate, transform and re-educate society for a social change.

Keywords: Female invisibility, empowerment, emotion, transformation, agitate, provoke inspiration, Driving.

## 1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.

Históricamente, el término asociacionismo nace en el siglo XIX a raíz de las teorías del socialismo utópico y aunque en la época medieval ya se crearon gremios y cofradías con la intención de defender los intereses comunes, no fue hasta la era de la Revolución Industrial que proliferaron las asociaciones como tales. La finalidad siempre ha sido la misma: velar por las necesidades de la sociedad. En el momento que el sistema económico y empresarial apuntaba hacia el capitalismo incipiente, la aparición del obrerismo organizado empezó a ser necesario. Dicen que no eres tanto lo que dices, sino lo que haces.

A lo largo del siglo XIX y XX, la sociedad catalana creó asociaciones en diferentes ámbitos, como es el caso de ateneos, escuelas, cooperativas o sindicatos. La aparición de muchas de estas entidades correspondía a la carencia de servicios básicos, como la escolarización, la salud o la defensa de los intereses laborales de los trabajadores. La misma sociedad buscaba mecanismos para protegerse.

Hoy en día, en el siglo XXI, nos encontramos con otra realidad en el mundo del asociacionismo. Según la encuesta de “Tendencias de asociacionismo en España” realizada por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), el 80% de los jóvenes entre 18 y 24 años nunca ha pertenecido a ninguna asociación. El siglo XXI con la revolución tecnológica, el teletrabajo y las redes sociales han contribuido a una sociedad mucho más individualista. Provocando un aislamiento y desapego a los espacios socializadores.

Este trabajo, no solo pretende hacer un recorrido histórico, sino resaltar la importancia del asociacionismo a lo largo de la historia.

Emovere (una asociación de nueva creación octubre (2023) que pretende dar visibilidad, empoderar y tejer redes de apoyo para enfrentarse a los nuevos desafíos, brecha salarial, acoso laboral, e invisibilidad siempre desde los valores de la economía social y solidaria (ESS) y desde la perspectiva del ecofeminismo (EF).

## 2. MARCO TEÓRICO

La Economía Social y solidaria se originó hace más de un siglo con la Comuna de París, dando lugar a sindicatos, cooperativas y asociaciones basadas en valores de solidaridad e igualdad. Sin embargo, históricamente, estas estructuras no se combinaron con el feminismo. A pesar de que las mujeres lideran proyectos de economía solidaria en todo el mundo, su representación sigue siendo mayoritariamente masculina.

El ecofeminismo aboga por una visión holística que considera tanto a las personas como al medio ambiente. Reconoce que las mujeres han sido históricamente excluidas de las decisiones sobre recursos naturales y desarrollo económico. Las asociaciones de mujeres dentro de la Economía Social y Solidaria pueden empoderar a las mujeres al ofrecerles espacios para la toma de decisiones, acceso a empleo digno y la posibilidad de crear proyectos colectivos.

Las sinergias entre ESS y el EF son evidentes, los vínculos entre ambas corrientes van encaminados a una misma dirección, la articulación conjunta de la visión feminista y solidaria para ir desarrollando una nueva forma de repensar las actividades humanas que prioricen el bienestar colectivo. Estas aproximaciones conllevan la necesidad de ampliar la visión de aquello que entra en el campo de lo económico, haciendo visible las caras ocultas de la economía. Reivindicar la importancia económica de instituciones más allá del mercado, como las familias y las comunidades.

## 2.1 ECONOMÍA SOCIAL I SOLIDARIA

### 2.1.1. VALORES DE LA ESS

La ESS (Economía Social y Solidaria) se basa en un principio de cooperación, igualdad y justicia. Al unir fuerzas, las personas pueden afrontar desafíos económicos y sociales de manera más efectiva. Surge como una solución contra la desigualdad generada por el sistema económico actual. En lugar de centrarse solo en la creación de riqueza, la ESS pone el bienestar de las personas en el centro de la economía. Gestionar los recursos de manera equitativa, explotarlos de forma sostenible y convertir el trabajo en un instrumento para satisfacer las necesidades humanas. Propone prácticas alternativas basadas en valores universales, como la equidad, la justicia, la solidaridad social y la democracia directa. Las asociaciones que basan sus principios dentro de la ESS tienen un modelo económico con una visión global de transformación social.

A veces, la ESS es confundida con una económica exclusiva para los colectivos más vulnerables, pero en realidad la ESS es una opción para todas las personas y los proyectos deben ser viables y sostenibles desde el punto de vista técnico y económico. Existen prácticas y herramientas de la ESS en todos los campos del ciclo económico, tanto en la producción como en la distribución, la financiación y el consumo. Algunas iniciativas están enmarcadas en formas jurídicas formalizadas, mientras que otras iniciativas se encuentran dentro de la economía informal, pero todas ellas comparten el espíritu y los valores descritos con anterioridad.

### 2.1.1.2. IMPACTO SOCIAL

Las asociaciones, cooperativas y empresas que operan dentro de la ESS tienen un impacto social significativo: Generación de empleo sostenible, participación democrática, inclusión y equidad.

En aras de facilitar la continuidad de este tipo de iniciativas y convertirlas en una realidad más conocida y practicada por un mayor número de personas y empresas, se recogen a continuación un conjunto de claves o retos futuro:

- Organizativos: configuraciones de redes constituyen un reto en el que la innovación productiva y social jugaría un importante papel en la sostenibilidad de estos sistemas tan complejos.

- Constitución como actor político: Sería esencial, que entidades que están presentes de la ESS, como por ejemplo la Red de Redes de la Economía Solidaria en el Estado español (REAS) o la XES (XES), se constituyan como actores políticos y fomenten el diálogo social con las instituciones. Ser facilitadores de medidas de apoyo en la creación y consolidación para nuevas formas de hacer. Consolidar a estas, en muchas ocasiones, es imprescindible, ya que son incipientes y muy débiles.
- Promoción de la Inter cooperación: Se podría definir como una forma de relación entre dos o más entidades (empresas, personas jurídicas o clientes) para colaborar entre ellas. La tendencia debe ser continuar trabajando en colectivo y tejiendo diversas redes.
- Mayor difusión: existe un descontento generalizado con el sistema económico actual y un gran sector de la ciudadanía no conoce las alternativas que se ofrecen desde la ESS. Por ello, es necesario dar a conocer a un mayor número de personas la existencia de estas iniciativas para que puedan sumarse a ellas y las promuevan. “El mercado social, una alternativa económica” González Guerrero, Soraya, 2012.
- Encontrar mecanismos prácticos para evitar el intrusismo de entidades que, disfrazadas con elementos aparentemente solidarios, realmente no cumplen de base con los valores de la ESS. Esto se consigue a través de la puesta en práctica de Balances y Auditorías Sociales que ya se están articulando desde diferentes movimientos como por ejemplo la (XES), y creando mapas de búsquedas para localizar a estos proyectos dentro del territorio Estatal como El PAM a PAM.

### 2.1.1.3. ENFOQUE DEL CUIDADO Y LA SOSTENIBILIDAD

Históricamente, las mujeres han asumido la mayor parte del trabajo de cuidado de personas mayores y las tareas domésticas. Esta sobrecarga de trabajo de cuidado no remunerado ha perpetuado la desigualdad de género.

Las responsabilidades de cuidado limitan el tiempo para que las mujeres creen y gestionen. Han tenido menos tiempo y recursos para participar activamente en la ESS o emprender proyectos.

Al dedicar más tiempo al trabajo del cuidado no remunerado, estas a menudo tienen menos oportunidades para acceder al mercado laboral o para desarrollar habilidades específicas. Esto contribuye a la brecha salarial de género. La invisibilidad y la falta de reconocimiento ha provocado que el trabajo del cuidado no se valore ni se reconozca oficialmente, afectando a la autoestima y la percepción de las mujeres en la sociedad.

En este sentido, según los últimos datos del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) abril 2023, un total de 68.252 personas son cuidadores no profesionales en España, de los cuales el 88% son mujeres y el 11,4% son hombres.

*“A lo largo de toda la historia, quienes se han ocupado de los cuerpos vulnerables son mujeres, y no porque estemos mejor dotadas genéticamente para hacerlo, sino porque vivimos en sociedades que distribuyen de forma no libre la tarea del cuidado”. Yayo Herrero, una de las primeras activistas y pensadoras del ecofeminismo del Estado español.*

Dentro de los proyectos de la ESS se debe tener en cuenta y profundizar en la importancia de la sostenibilidad, minimizar el impacto ambiental y promover prácticas ecológicas. Por ejemplo, fomentar la producción local, promover la inclusión de grupos marginados/as, crear empleos estables, y garantizar condiciones laborales más justas. Las organizaciones de la ESS deben ser económicamente viables a largo plazo. Esto implica una gestión eficiente, reinversión de beneficios y equilibrio entre crecimiento y estabilidad. En resumen, la sostenibilidad en la ESS abarca aspectos ambientales, sociales y económicos para contribuir a una economía más equitativa y resiliente.

#### 2.1.1.4 TRANSFORMACIÓN DEL MODELO ECONÓMICO:

El modelo económico actual se basa en un crecimiento continuo con un consumo cada vez mayor de recursos naturales. Este sistema, no solo pone en peligro el equilibrio ecológico del planeta, sino que ha multiplicado las desigualdades sociales.

Una transformación profunda del sistema económico significa que ya “NO TODO VALE”. Dentro de estas formas de hacer, nacen otros modelos económicos que están al servicio de las personas y del planeta y que cuentan con herramientas suficientes para desarrollar una economía más justa y sostenible.

Estos modelos económicos (economía circular o regenerativa, economía social y solidaria, economía colaborativa, economía verde, economía del bien común, entre otras) son agentes de cambio que contribuyen a una economía más justa, inclusiva y consciente de género. Además, están alineadas con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para impulsar la transformación global en positivo. La tarea esencial de estos modelos económicos es contribuir a una sociedad donde todos tengan las mismas oportunidades y derechos.

*“La vida tendría un sentido más pleno: como vida biológica, humana y espiritual, y su disfrute estaría asociado al trabajo (actividad creativa, litúrgica y recreativa) que fluye en diálogo e intercambio con la comunidad, siendo –por tanto– contraria al ocio y bienestar deseados en occidente”. Ivanna Farah Vivir Bien, ¿Paradigma no capitalista?*

## 2.2 ECOFEMINISMO

La economía feminista, parte de la premisa de que existe una relación dinámica entre los ámbitos productivos y reproductivos o, dicho de otro modo, que lo que sucede en cualquiera de las dos esferas tiene un impacto en la otra. Subraya la vulnerabilidad y la interdependencia como condiciones inherentes a la condición humana y reivindica la centralidad de la llamada economía de los cuidados como aspectos fundamentales e imprescindibles del entramado de la vida y de las necesidades humanas.

Autoras ecofeministas reivindican la interdependencia con la naturaleza en la consigna feminista de poner la vida, en sentido amplio, en el centro de la actividad económica.

El EF cuestiona la separación entre esfera pública y esfera privada para comprender la estructuración de las relaciones de poder y de dominación de género, haciendo hincapié en las consecuencias de la división sexual del trabajo. Históricamente, las escuelas económicas tradicionales han obviado la importancia social y económica del trabajo reproductivo y han naturalizado o reproducido acríticamente la construcción social de su responsabilidad como inherentemente femenina. Frente a este enfoque, el ecofeminismo (EF) es una teoría o conjunto de teorías que permite vincular diversas opresiones, pero también es un movimiento social, aunque según dice la activista, *Yayo Herrero, entrevista diario el salto enero 2020. Las “etiquetas” no son lo importante, sino “lo que hay de fondo”, es decir, “la defensa de la tierra y, por otro lado, un proceso emancipador de mujeres que se presentan y se configuran como agentes clave para defender y proteger la vida”*.

Otras de las referentes en el ámbito del EF es la política neozelandesa e intelectual feminista, Marilyn Waring. Que en el libro *“If women counted”* señala que existen disciplinas que han de ser cambiadas, transformadas y que se han de promover nuevas formas de recolección y medidas de datos como indicadores del empoderamiento de género.

### 2.3. PUNTO DE ANÁLISIS ENTRE LA ESS Y EL EF

Tanto la economía social y solidaria (ESS) como la Economía feminista (EF) buscan transformar el modelo económico actual.

Este movimiento va más allá de lo meramente alternativo; es un compromiso con la sociedad desde sus raíces. Ambos critican el sistema capitalista que depreda recursos naturales y excluye a las mujeres.

Los principios fundamentales que las une son:

- Autogestión y democracia participativa.
- Solidaridad y cooperación
- Equidad y justicia social
- Sostenibilidad ecológica
- Compromiso con la comunidad.

La ESS será una alternativa sólida y transformadora si es feminista, por eso la equidad en las organizaciones que forman parte de la ESS y en sus propias estructuras de gobernanza es una prioridad ineludible.

Los datos de REAS Red de Redes en 2019 muestran que hay una mayor presencia de personas de género femenino (64,40% del total de personas trabajadoras que forman parte de las organizaciones) un 2,14% más que en el ejercicio anterior que fue del 63,05% frente a un 35,47% de personas de género masculino.

## 2.4. MARCO LEGAL

Tanto en España como en Cataluña para la creación de asociaciones sin ánimo de lucro existen leyes que nos ayudan a proteger, establecer reglas y principios comunes. **La ley Orgánica 1/2002** regula el Derecho de Asociación en España. El ámbito de esta ley se limita a las asociaciones sin fin de lucro, excluyendo a asociaciones civiles, mercantiles, industriales, laborales, cooperativas y comunidades de bienes o propietarios.

En Cataluña las asociaciones sin ánimo de lucro están reguladas **por la Ley 4/2008**, que forma parte del Código Civil de Cataluña. Esta ley establece los requisitos y procedimientos para la constitución y funcionamiento de las asociaciones en esta comunidad autónoma. También debemos ser conocedores de los pasos recientes de leyes que reconocen la existencia de la Economía social y solidaria y los principios por los que cualquiera economía debe regirse en tres planos, el económico, el medioambiental y el social. **La Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social.**

En Cataluña existen cooperativas que ayudan a consolidar, crear y acompañar a asociaciones, cooperativas... dentro de la ESS en el proceso de nueva creación. Un ejemplo de ello es: La Cooperativa “Facto Cooperativa SCCLP” donde ofrecen servicios de gestión integral, formación y asesoramiento a entidades dentro de la ESS con un enfoque transversal y con una clara vocación de mejora continua. Adaptando a las necesidades de las entidades según el perfil de estas.

Dentro de sus valores están el de impulsar modelos de transformación social y económico, transparencia, democracia e inter cooperación.

### 3. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

#### Análisis socioeconómico del papel de la mujer en el siglo XXI

El papel de la mujer en el siglo XXI es fundamental para comprender su contribución, desafíos y oportunidades en diferentes contextos.

##### 1. Transformaciones sociales y económicas:

- En el siglo XXI, las mujeres han experimentado transformaciones significativas en su participación en la economía.
- Han ingresado al mercado laboral en mayor número, han accedido a la educación superior y han asumido roles de liderazgo en diversas áreas.

##### 2. Brecha salarial y oportunidades laborales:

- A pesar de los avances, persiste la brecha salarial de género en todo el mundo.
- Las mujeres enfrentan obstáculos en el acceso a oportunidades laborales, igualitarias y a puestos de toma de decisiones.

##### 3. Economía del cuidado y trabajo no remunerado:

- Las mujeres siguen realizando la mayoría del trabajo no remunerado, como cuidado del hogar, la crianza de los hijos/as, mayores...
- Este trabajo a menudo no se valora económicaamente, lo que afecta su autonomía y bienestar.

##### 4. Emprendimiento femenino y economía solidaria:

- El emprendimiento femenino ha crecido en todo el mundo.
- Las mujeres están creando empresas y proyectos basados en valores de ESS, como cooperativas y mutualidades.

## 5. Desafíos globales y oportunidades:

- Las mujeres se enfrentan a desafíos como la violencia de género, la discriminación y la falta de acceso a recursos. Sin embargo, también representan una fuerza vital para el desarrollo sostenible y la equidad.

En resumen, el análisis socioeconómico del papel de la mujer en el siglo XXI debe considerar tanto los logros como los desafíos, y abogar por políticas públicas y acciones que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento femenino.

### 3.1. CARACTERÍSTICAS DEL TERRITORIO

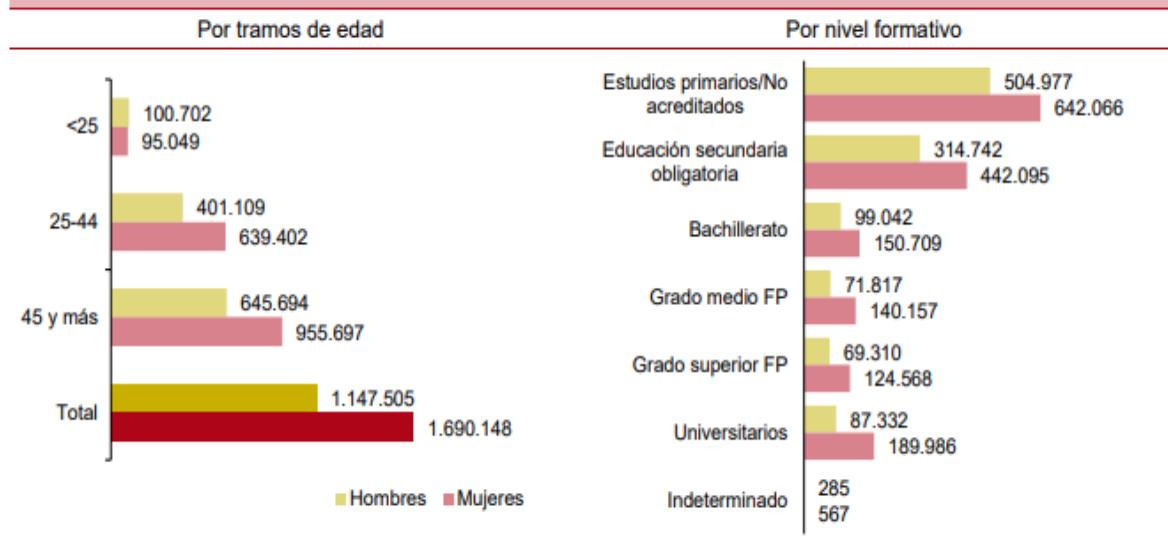
Las cooperativas y las emprendedoras desempeñan un papel significativo en la igualdad de género, la conciliación, la innovación económica y la participación activa.

#### 1. Cooperativas de trabajo en España:

En las cooperativas españolas, las mujeres representan aproximadamente el 54% de los puestos de dirección y gestión en cooperativas de trabajo. COCETA (Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado) ha realizado un estudio sobre la realidad social y laboral de las mujeres en las cooperativas de trabajo asociado en España. Donde más de 600 mujeres cooperativistas participaron del análisis.

Según los resultados obtenidos por el Ministerio y del Mercado de Trabajo, se observa como las mujeres siguen teniendo trabajos menos remunerados a pesar de tener mayor formación académica que los hombres. (**Figura 1,2,3**). Los resultados también reflejan cómo la mujer opta por trabajos más del ámbito social, siendo estos menos remunerados que provocando una precariedad más acentuada.

GRÁFICO 19. DEMANDANTES PARADOS POR SEXO: POR TRAMOS DE EDAD Y NIVEL FORMATIVO



Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a partir de los datos del SISPE. 31 de diciembre de 2022.

(figura 1)

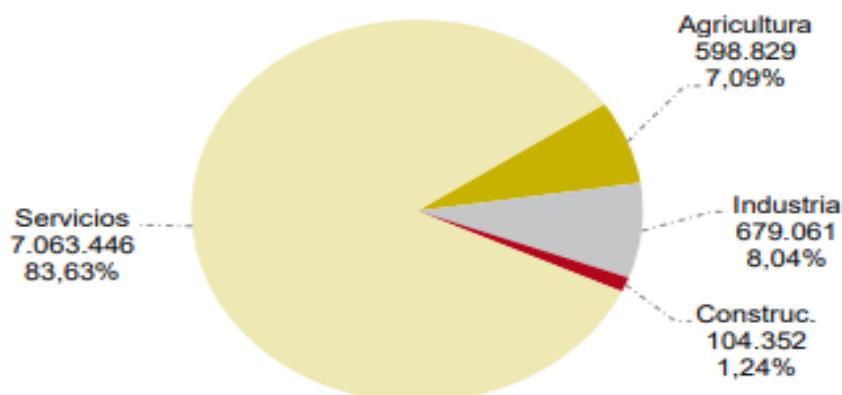
### NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES EN EL RETA DE LA SEGURIDAD SOCIAL, SEGUN EDAD, POR SEXO

30/09/2022

|              | Total            | %            | De 16 a 30 años | %            | De 31 a 35 años | %            | De 36 a 49 años  | %            | De 50 años o más | %            |
|--------------|------------------|--------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| <b>Total</b> | <b>3.334.762</b> | <b>100,0</b> | <b>257.528</b>  | <b>100,0</b> | <b>262.291</b>  | <b>100,0</b> | <b>1.298.608</b> | <b>100,0</b> | <b>1.516.335</b> | <b>100,0</b> |
| N/C          | 2                | 0,0          | 1               | 0,0          | 0               | 0,0          | 0                | 0,0          | 1                | 0,0          |
| VARONES      | 2.122.199        | 63,6         | 161.465         | 62,7         | 157.273         | 60,0         | 820.728          | 63,2         | 982.733          | 64,8         |
| MUJERES      | 1.212.561        | 36,4         | 96.062          | 37,3         | 105.018         | 40,0         | 477.880          | 36,8         | 533.601          | 35,2         |

(figura 2.) Fichero de afiliados al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social 2022

**GRÁFICO 14. DISTRIBUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN FEMENINA POR SECTORES ECONÓMICOS**



Fuente: Elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE a partir de los datos del SISPE. Año 2022.

(figura 3)

## 2. Cataluña

No existen datos específicos sobre el porcentaje exacto de cooperativas de mujeres en Cataluña. Pero sí tenemos datos del porcentaje de mujeres que emprenden sus propios negocios como una forma de conciliar la vida familiar.

*Elizabeth Del Valle, fundadora de Una Labs Innohubs*, fue elegida como la mejor emprendedora del año en Cataluña. Su proyecto desarrolla dispositivos médicos innovadores para monitorizar la salud a través de la piel y el sudor.

La tecnología, la sostenibilidad y la igualdad de género son tendencias presentes en el emprendimiento femenino en Cataluña, tal y como indican la estadística de (Xarxa d'Economia Socidària), XES del 2022.

Alrededor del 41% de ellas ya ha tenido experiencias previas en el mundo empresarial, y el 55% de esas empresas siguen activas. Esto les permite aplicar sus conocimientos y habilidades de manera efectiva al emprender por su cuenta. Además, su preparación laboral contribuye a la viabilidad y el éxito de sus proyectos. La edad media de las mujeres es de 45 años.

Muchas mujeres emprenden para mejorar la conciliación familiar y laboral. El 73% de las emprendedoras en Cataluña no quieren trabajar para terceros.

El Plan Dona TIC, ofrece ayudas para impulsar el emprendimiento femenino en el ámbito digital.

Las cooperativas en todo el mundo han contribuido a mejorar la participación de las mujeres en los últimos 20 años. Según una encuesta realizada por la Alianza Cooperativa Internacional (ICA) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el 75% de los encuestados cree que las cooperativas han mejorado la participación de las mujeres.

Las cooperativas ofrecen un modelo que permite a las mujeres empoderarse a través de proyectos laborales igualitarios, facilitando la conciliación y el liderazgo femenino.

Informe del mercado social (Xarxa de Economía Social y Solidaria de catalunya 2022 "XES")

| <b>Taula 13</b><br><b>Proporció de dones en la base social i l'estructura laboral de les entitats</b> |  |      |
|---|--|------|
| Base social   | Dones que formen la base social                              | 46 % |
|   | Dones amb càrrecs societaris /polítics                       | 50 % |
| Estructura laboral  | Dones treballadores  | 67 % |
|   | Dones amb càrrecs de responsabilitat en l'estructura laboral | 59 % |

| <b>Taula 14</b><br><b>Proporció de dones en la base social i l'estructura laboral de les entitats</b> |                             |                       |                                       |                                 |
|---|-----------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
|   | Nre. de dones treballadores | % dones treballadores | % dones en càrrecs de responsabilitat | Punts percentuals de diferència |
| Salut i Cures   | 9.325                       | 73 %                  | 71 %                                  | -2,23 %                         |
| Educació i Recerca  | 2.282                       | 67 %                  | 66 %                                  | -0,18 %                         |
| Cultura i Oci   | 846                         | 65 %                  | 50 %                                  | -14,92 %                        |
| Alimentació   | 632                         | 47 %                  | 49 %                                  | 2,10 %                          |
| Assessorament   | 545                         | 69 %                  | 63 %                                  | -5,87 %                         |
| Tèxtil  | 499                         | 58 %                  | 67 %                                  | 8,86 %                          |
| Espais i xarxes   | 279                         | 59 %                  | 59 %                                  | -0,20 %                         |
| Habitatge i gestió de l'entorn  | 257                         | 50 %                  | 45 %                                  | -5,27 %                         |
| Restauració i hosteleria  | 213                         | 58 %                  | 57 %                                  | -0,56 %                         |
| Producció i/o venda d'altres productes manufacturats  | 197                         | 56 %                  | 52 %                                  | -3,86 %                         |
| Logística   | 162                         | 42 %                  | 54 %                                  | 11,77 %                         |
| Comunicació   | 151                         | 55 %                  | 61 %                                  | 6,65 %                          |
| Subministraments  | 86                          | 46 %                  | 42 %                                  | -4,57 %                         |
| Finançament i Moneda Social   | 83                          | 56 %                  | 51 %                                  | -4,76 %                         |
| Tecnologia i electrònica  | 62                          | 33 %                  | 21 %                                  | -12,75 %                        |
| <b>Total</b>  | <b>15.619</b>               | <b>67 %</b>           | <b>59 %</b>                           | <b>-7,53 %</b>                  |

### 3.2. BENCHMARKING: EXPERIENCIAS INSPIRADORAS

- La asociación de mujeres Pa'lante: es un grupo de mujeres de diversos países de origen que han decidido crear un espacio para encontrarse, reconocerse, acompañarse, ser solidarias unas con otras, y encontrar un camino común para conseguir un mundo mejor y más justo para todos y para todas.“
- Xarxa Circular: Asociación para promover la compra de ropa en desuso dándoles una segunda vida. Comprar ropa tuneada hace que el impacto medioambiental sea menor.
- Asociación de mujeres de Cooperativas Agroalimentarias (AMCAE) con sede en Antequera (Málaga) promueve la importancia de la innovación alimentaria en el ámbito rural.

#### 4. EMOVERE: UNA PROPUESTA PARA LA VISIBILIZACIÓN FEMENINA

El nombre Emovere, para la asociación tiene un significado profundo, proviene del latín y significa: remover, agitar, excitar, perturbar, conmover. Una gran relación con la idea de unir, movimiento y emoción.

Toda acción viene dada de una emoción, algo nos commueve o nos impulsa a actuar.

En el contexto de Asociación podríamos decir que representa la voluntad de movilizar recursos, ideas o personas hacia unos objetivos y propósitos comunes. Además, la conexión con las emociones busca siempre generar impacto y resonancia en quienes participan.

Emovere nace después de una reunión de 20 mujeres únicas, que creyeron en el poder, que tienen las palabras Movimiento, pasión y propósito. Y que con miedos o no, tuvieron el coraje de expresar sus emociones en comunidad.

##### **Movimiento:**

Representa la acción constante y dinámica que impulsa a la asociación hacia sus objetivos y propósitos. Es la fuerza que nos lleva a avanzar, adaptarnos y crecer.

Emovere se alinea con los principios de la ESS. Esto implica una gestión democrática, cooperación, sostenibilidad y enfoque en el bienestar común. Promueve proyectos, alianzas y actividades que generan un impacto positivo en la comunidad.

##### **Pasión:**

La pasión es la chispa que enciende el compromiso y la dedicación. Se nutre de la perspectiva feminista. Cuestiona las desigualdades de género, empoderar a las mujeres y promover la equidad.

La pasión se traduce en acciones concretas, como talleres, campañas y espacios seguros para mujeres.

##### **Propósito:**

Razón de ser de la asociación. Emovere busca el equilibrio entre los propósitos individuales y los propósitos colectivos. Crecimiento personal, Empoderamiento, autoayuda, generar confianza, autonomía, desarrollo de habilidades....

Trabajar juntas para reducir las brechas de género, promover la equidad, crear redes de apoyo global, retroalimentación e inspiración mutua.

Fortalecer la comunidad y avanzar hacia la igualdad y espacios seguros para todas.

Cada uno de estos pilares no solo son palabras, sino también guías prácticas para la toma de decisiones, la planificación estratégica y la creación de impacto.

Explorar el **Estado del arte** es crucial para comprender el contexto y las investigaciones previas relacionadas con asociaciones similares a “Emovere”.

- Movere, Characterizing the Role of Emotion and Motivation in Shaping human behavior. (Este libro explora el papel de la emoción y la motivación en la configuración del comportamiento humano. Examina cómo la emoción y la motivación influyen en procesos sociales y cognitivos.)
- Tutores de resiliencia: Dame un punto de apoyo y moveré mi mundo”. Ofrece ideas valiosas sobre cómo las asociaciones pueden apoyar a sus miembros en momentos difíciles.
- “Life on Earth: Art and Ecofeminism” Esta exposición considera el origen y el futuro del arte ecofeminista. Explora temas como el ecologismo interseccional, los derechos indígenas y los futuros especulativos.

#### 4.1. PROPUESTA DE VALOR

El proyecto de Emovere tiene una visión amplia y poderosa que trasciende las fronteras locales. Reconocernos, visibilizarse, Acompañarnos y crecer juntas tanto personal como profesionalmente. Dentro de los objetivos Generales:

1. Visibilidad Global de las Mujeres: Promover la visibilidad de proyectos liderados por mujeres en todo el mundo con impacto social positivo.
2. Empoderamiento Femenino a Escala Internacional: Empoderar a las mujeres para que se conviertan en agentes de cambio en sus comunidades y más allá. Fomentar inspiración, confianza, autoestima y participación.
3. Conexiones y Redes Globales: Facilitar espacios de encuentro y conexión entre mujeres de diferentes culturas y contextos. Creando redes de apoyo y solidaridad a nivel internacional.

Objetivos Específicos:

1. Promoción de Proyectos de Mujeres: Identificar y difundir proyectos liderados por mujeres en todas las áreas del conocimiento.
2. Participación y colaboración: crear oportunidades para que las mujeres participen en proyectos conjuntos. Fomentar la colaboración entre mujeres de diferentes países y contextos.
3. Formación y capacitación: ofrecer formación y capacitación en temas relevantes para el empoderamiento de las mujeres. Facilitar el intercambio de conocimientos y habilidades.
4. Educar dentro de la Economía Social y Solidaria y la Economía Feminista: Integrar la perspectiva de género en proyectos económicos y sociales a nivel global.

En resumen, Emovere tiene una visión ambiciosa y transformadora que busca conectar a las mujeres en todo el mundo para lograr la igualdad, el empoderamiento y trabajar conjuntamente en espacios seguros. La asociación es una apuesta valiosa y distinta que se basa en los valores de la ESS y la visión de la EF. A continuación, paso a redactar las características principales, generales y sus propuestas de valor.

1. Visibilidad Global de las Mujeres:

- La asociación se compromete a visibilizar a las mujeres en todo el mundo, no solo a nivel local o estatal.
- Proporcionar una plataforma para destacar los logros, desafíos y contribuciones de las mujeres en diferentes contextos.

2. Empoderamiento Femenino:

- La asociación busca empoderar a las mujeres. Esto implica proporcionar herramientas y recursos para que puedan tomar decisiones informadas y participar activamente.

3. Conexiones y Redes Globales:

Emovere crea espacios de encuentro mensuales donde las mujeres son las organizadoras y a la vez anfitrionas de sus proyectos y experiencia de vida. Sus logros, desafíos..... Establecer redes de apoyo y de crecimiento son vitales para cumplir con nuestros objetivos.

#### 4.2. PÚBLICO

Está creada para una mujer inquieta, diversa y comprometida con la igualdad de género, líderes y visionarias que desean contribuir al cambio social y económico. Emovere incluye también a asociaciones como aliadas valiosas para promover, remover y transformar las políticas de igualdad de género, de justicia social y de equidad.

Mujeres entre 30 y 65 años de edad de clase media social y estudios medios. Les gusta trabajar en red. Los cuidados dentro y fuera del trabajo son temas que les ocupan y les preocupan. Priorizan aspectos humanos como la cooperación, el trabajo en equipo, la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Nunca pierden de vista que las decisiones profesionales están en consonancia con los valores ecofeministas. Para ellas democratizar y humanizar los procesos es la clave.

#### 4.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y DE ACCIÓN

##### 1. Líneas estratégicas:

- Crear redes de apoyo entre las mujeres de la comunidad, facilitando encuentros mensuales.
- Proporcionar herramientas para empoderar a las mujeres en sus ámbitos laborales y/o proyectos.
- Tomar conciencia de la importancia del ecofeminismo y la economía solidaria y social dentro de sus proyectos.

##### 2. Líneas de acción:

- Encuentros mensuales en diferentes poblaciones del valle occidental.
- Creación de canales de comunicación y difusión: Whatsapp e Instagram.
- Promover la economía local.
- Visibilizar proyectos locales para inspirar a otras mujeres.

### 4.3.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

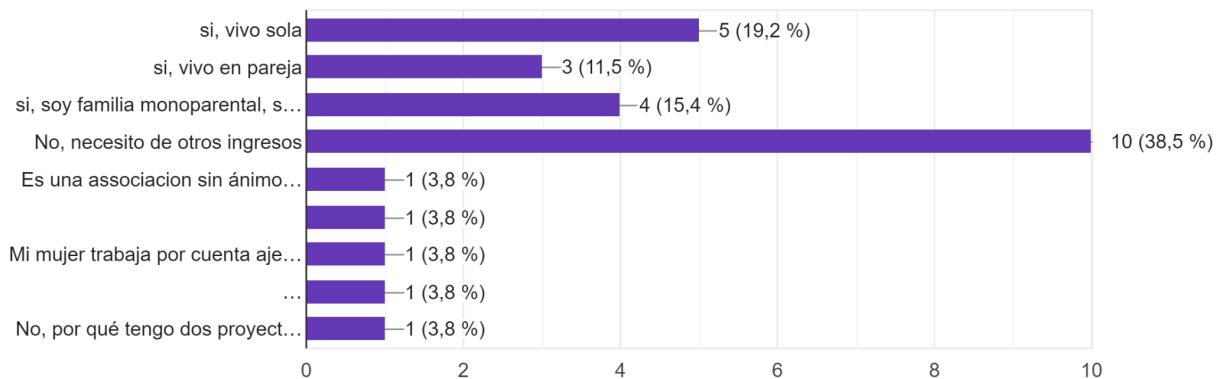
Un 90% de las mujeres encuestadas les gustaría emprender.

Más 35% de las encuestadas necesitan de otros ingresos para poder emprender

La principal fuente de ingresos no es su proyecto. (60%)

#### ¿Es tu proyecto el sustento principal familiar?

26 respuestas



#### EMPRENDEDOR/A ????

27 respuestas



#### 4.3.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La encuesta realizada a 30 mujeres de edades comprendidas entre 25 y 50 años, y de diferentes perfiles sociales y económicos, detecta que la principal causa de no emprender es la falta de apoyo no solo económico por parte de la administración sino por dificultades burocráticas, la falta de recursos económicos y falta de apoyo familiar y la carga de esta.

Por otro lado, a partir de que las situaciones familiares están más estabilizadas, muchas mujeres deciden dar el paso y emprender en sus proyectos.

### 5. NUEVAS ESTRATÉGICAS Y PLAN DE ACCIÓN

#### 1. Nuevas estrategias y Plan de acción:

- Incorporar otras miradas y proyectos de la economía social y solidaria.
- Formación sobre el ecofeminismo para concienciar de su importancia en sus proyectos.
- Visibilizar otros proyectos fuera del ámbito local mediante la realización de viajes con la comunidad.

## 6. CONCLUSIONES:

Una vez realizado los encuentros mensuales en la asociación Emovere las conclusiones son: la buena acogida por parte de las mujeres que han ido formando parte de los diferentes encuentros durante estos 7 meses. La implicación de estas en el proyecto ha sido muy enriquecedor e inspirador mutuamente, ya que tanto los proyectos presentados como las participantes han conectado creando redes de apoyo mutuo, generando economía circular, por una parte, y enriquecimiento personal y emocional por otro.

Cuando hablamos de empoderamiento femenino no existe nada más poderoso que ver a una mujer que lidera su propio proyecto y lo hace crecer. Ha sido a través de la asociación Emovere como mujeres de diferentes ámbitos económicos y sociales se han conectado entre ellas, que es uno de los objetivos principales de la asociación.

Por otro lado, me gustaría resaltar que los diferentes proyectos presentados en los encuentros han tenido un impacto a nivel local económico porque se ha promovido la compra del producto local y de proximidad.

Para finalizar quiero incidir, que este proyecto de nueva creación es real y me está aportando a nivel personal un enriquecimiento emocional, me hace sentir muy orgullosa de lo conseguido hasta ahora y me reafirma en el poder que generamos al tomar conciencia del “NO INDIVIDUALISMO” y de la fortaleza que ejercemos al estar conectados.

Me gustaría acabar con la cita de la Activista lideresa Vicenta Monge: *En políticas de igualdad estamos volviendo al franquismo*

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **@mujeresenelsectorpúblico**
- **mujerespa'lante.org**
- bokser Misser, Judith. **Mujeres y género en el siglo XXI**, artículo dentro de la revista mexicana de ciencias políticas y sociales de la ciudad de México 2020.
- **Word Survey on the role of Women in development 2019**
- Herrero, Yayo. **Eco-feminismos:la sostenibilidad de la vida**,2023. Editorial Icaria
- H. Puleo, Alicia. **Ecofeminismo: para otro mundo posible**, 2011. Editorial cátedra

