

Smart Ibérica: imagen de las Cooperativas de Impulso Empresarial

Daniel Pérez-Troncoso¹ , Macarena Pérez-Suárez² e Isadora Sánchez-Torné³

Recibido: 13 de enero del 2022 / Aceptado: 25 de abril del 2022 / Publicado: 28 de julio del 2022.

Resumen. En esta investigación se determinó el perfil de SMart Ibérica (SMartib), una cooperativa de impulso empresarial (CIE) de España. Desde la website de la cooperativa, se recopiló la información pública de las 271 personas socias sobre varias variables como son la ocupación, el género y la localización. Se realizó un análisis estadístico descriptivo e inferencial, y se probó la relación de las variables estudiadas con el PIB del municipio de residencia. Se descubrió que SMartib se centra en las actividades de artes escénicas, plásticas y audiovisuales, y tiene mayor representación en tres regiones: Andalucía (43%), Cataluña (24%) y Madrid (17%). No existe analogía entre las tres sedes de SMartib y el enfoque local de las cooperativas sociales nacionales. Si las personas socias residen en una capital, no implica que se desarrollen menos actividades culturales. Las personas afiliadas son personas físicas (91,88%) donde predominan los hombres (51,29%) frente a las mujeres (40,59%). El ser hombre disminuye las probabilidades de que su ocupación profesional esté vinculada con la educación y el deporte. La ocupación societaria registra una diferencia de género. Ellas se dedican a la gestión cultural, formación/traducción y artesanía, mientras que, ellos se dedican a la realización audiovisual.

Palabras clave: Cooperativa de Impulso Empresarial; Género; Ocupación; Localización; España.

Claves Econlit: J54; L30; P13.

[en] Smart Iberica: Image of Business Development Co-operatives

Abstract. This research determined the profile of SMart Ibérica (SMartib), an entrepreneurial co-operative (CIE) in Spain. From the co-operative's website, public information was collected from 271 members on several variables such as occupation, gender and location. A descriptive and inferential statistical analysis was carried out, and the relationship of the variables studied with the GDP of the municipality of residence was tested. It was found that SMartib focuses on performing, plastic and audiovisual arts activities, and is most represented in three regions: Andalusia (43%), Catalonia (24%) and Madrid (17%). There is no analogy between SMartib's three locations and the local approach of national social co-operatives. If the members live in a capital city, this does not mean that fewer cultural activities are developed. Members are natural persons (91.88%), with a predominance of men (51.29%) as opposed to women (40.59%). Being male makes it less likely that their professional occupation is linked to education and sport. The corporate occupation shows a gender difference. Women are engaged in cultural management, training/translation and crafts, while men are engaged in audiovisual production.

Keywords: Business development co-operative; Gender; Employment; Location; Spain.

Sumario. 1. Introducción. 2. SMartib. 3. Metodología. 4. Resultados y Discusión. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar. Pérez-Troncoso, D.; Pérez-Suárez, M.; Sánchez-Torné, I. (2022) Smart Ibérica: imagen de las Cooperativas de Impulso Empresarial. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 141, e82257. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.82257>.

1. Introducción

La Cooperativa de Impulso Empresarial (CIE) supone una innovación en la Economía Social, pues une la búsqueda activa de empleo al interés del modelo social empresarial⁴. Esta modalidad de sociedad cooperativa surge de un proyecto europeo denominado “ES-EMPLEO, Economía Social para el Empleo”⁴ ejecutado por CEPES-Andalucía y cofinanciado por el Fondo Social Europeo junto al Servicio Andaluz de Empleo (SAE), con la finalidad de generar empleo de calidad en la Economía Social (Sánchez, 2015).

¹ Universidad de Sevilla, España.
Dirección de correo electrónico: isanchez6@us.es.

² Universidad de Sevilla, España.
Dirección de correo electrónico: isanchez6@us.es.

³ Universidad de Sevilla, España.
Dirección de correo electrónico: isanchez6@us.es.

⁴ A través de este proyecto, SMartBe entra en contacto en 2011 con un grupo empresarial cooperativo de Andalucía que aglutina a varias cooperativas sociales AURA ETT, ACTÚA SERVICIOS y A2A Formación, entre otras (Sánchez, 2019).

En España, la figura de la CIE se regula por vez primera en la Ley Andaluza de Cooperativas 14/2011 de 23 de diciembre y, posteriormente, en las leyes cooperativas de Cantabria, Cataluña y Extremadura (Fajardo y Alzola, 2018). Una cooperativa de impulso empresarial “tiene como objeto social prioritario canalizar, en el ámbito de su organización, la iniciativa emprendedora de sus socios y socias, mediante la orientación profesional, la provisión de habilidades empresariales precisas para el desarrollo de cada una de sus actividades, la tutorización de dichas actividades en los primeros años de su ejercicio o la prestación de determinados servicios comunes a las personas socias que les proporcione un ámbito donde desempeñar regularmente su actividad profesional” (Ley 5/2018 de Sociedades Cooperativas Andaluzas)⁵. La CIE incluye las actividades orientadas a facilitar el tránsito hacia el emprendimiento asistiendo a la persona trabajadora autónoma en su proyecto empresarial, así como, a aquellas otras acciones de intermediación entre las personas socias y las personas clientes a quienes prestar los servicios (Hernández-Bejarano, 2017). La CIE es un ejemplo de innovación social, pues: facilita unas soluciones profesionales a las personas socias con una actividad laboral de carácter esporádico (Sánchez, 2017); se vincula a una cooperativa de trabajo (las personas emprendedoras pasan a ser socias trabajadoras); crea unos empleos; actúa como una estructura paraguas al mutualizar servicios y dar cobertura legal a todas las personas socias, concilia las iniciativas individuales con un enfoque colectivo; y tiene el carácter de interés social según la normativa vigente (FAECTA, 2014).

La Cooperativa de Impulso Empresarial se normaliza como un tipo de *cooperativa de trabajo*, que, a efectos prácticos constituye un híbrido entre la cooperativa de trabajo y la *cooperativa de servicios*, y, pueden poseer o no, ánimo de lucro. Como cooperativa de servicios, presta unos servicios a sus personas socias usuarias para el mejoramiento de las actividades que ellas desarrollan autónomamente⁶. Por el momento, esta forma jurídica parece estar orientada a promover el emprendimiento individual sin ser la promoción del emprendimiento en Economía Social su objetivo (Fajardo y Alzola, 2018; Hernández-Bejarano, 2017). A nivel formal, se conoce que en la denominación de estas sociedades debe aparecer la expresión “de impulso empresarial” o “de impulso empresarial e interés social”, así como, visibilizar la finalidad de “crear y consolidar el mayor número de empleos posibles, con calidad y satisfaciendo los requisitos legalmente establecidos; y propiciar el marco necesario para aflorar parte de la economía sumergida” (FAECTA, 2015).

En la actualidad, es necesario ofrecer unos elementos reguladores más flexibles que permitan organizar mejor este nuevo modelo societario desde la identidad cooperativa (Fajardo, 2018).

Para la academia, la CIE es un tópico de investigación estrenado. Tal como refiere Olveira (2016), desde 2015⁷ se circunscriben las referencias sobre las cooperativas de impulso empresarial. En este momento, la literatura sobre la CIE en España muestra un área científica limitada que distingue dos líneas de trabajos compenetradas: *Carácter Legislativo* (Dólera, 2021; Altés, 2018; Fajardo, 2018; Fajardo y Alzola, 2018; Ramírez de Arellano, 2018; Hernández-Bejarano, 2017; Millán y Vázquez, 2017; Lozano, 2016; Fajardo, 2015); *Carácter Empresarial* (Rozas y Díaz-Molina, 2019; Martínez, 2018; Hernández-Bejarano, 2017; Nogales-Muriel, 2017; Sánchez, 2015).

Tal vez, la cantidad de los trabajos de carácter legislativo derive del debate entre la cooperativa de impulso empresarial y la cooperativa de facturación, hoy una forma jurídica inhabilitada en España, en detrimento de las investigaciones empresariales, protagonizadas, en una mayoría, por SMartib como empresa de participación social. Esta investigación se suma a la línea de trabajos de carácter empresarial a favor de indagar sobre la estructura organizativa de SMartib. Por lo tanto, se atiende a minimizar la falta de estudios empíricos sobre la realidad de la CIE (Rozas y Díaz-Molina, 2019) como un sistema socioeconómico autosuficiente que opera en un entorno competitivo activo (Gavrilova, Portnov, Rechnov, Philippov y Egorova, 2021).

Explorar un área científica limitada, otorga una oportunidad científica y visibiliza un tópico de investigación estrenado a partir de trabajos datados en 2015 (Sánchez, 2015). No obstante, se reconoce la limitación y habría que empezar a construir el marco científico donde se forjó el modelo empresarial protagonista. A partir de aquí, se formuló la siguiente incógnita de partida: ¿qué caracteriza a la cooperativa de impulso empresarial de España a través de SMartib? El objetivo de la investigación es determinar el perfil de la cooperativa de impulso empresarial SMart Ibérica. El presente trabajo se divide en cinco apartados, donde se inicia con una visión preliminar de la figura de la cooperativa de impulso empresarial hasta llegar a

⁵ Fuente: <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/empleoformacionytrabajoautonomo/areas/economia-social/cooperativas/paginas/tipos-cooperativas.html> (Consultado 29.08.2021).

⁶ FAECTA (Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado) ha puesto en valor que las CIE faciliten el emprendimiento entre profesionales 'freelance' de diferentes ámbitos ofreciéndoles unas condiciones dignas para desempeñar su trabajo. Esta tipología cooperativa no es una plataforma de facturación, sino que se trata de una forma jurídica que trabaja para que sus personas socias puedan cotizar a la Seguridad Social y realizar una labor profesional de forma regularizada bajo los principios y estándares del modelo cooperativo. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20170727/43133860529/faecta-considera-que-las-cooperativas-de-impulso-empresarial-están-plenamente-respaldadas-por-la-normativa-andaluza.html> (Consultado 28.08.2021).

⁷ Fajardo (2015).

plantear la incógnita de partida de la investigación. Con ese telón de fondo, la segunda sección presenta un breve retrato de SMartib. El siguiente apartado explica el método de trabajo desarrollado hasta ocasionar las derivaciones originales y debatidas en el cuarto apartado. En último lugar, se muestran las principales averiguaciones de esta investigación.

2. SMartib

Señalada la particularidad de este tipo de sociedades, y yendo de lo general al particular, este apartado expone el caso de la cooperativa de impulso empresarial SMartib.

SMartib⁸ se define como un ecosistema solidario, precursor en la transformación de los puestos de trabajo y los proyectos cooperativos, mediante la capacitación, el acompañamiento y la creación de empleos responsables y comprometidos con la mejora social. El objetivo esencial es dar una solución eficaz para ayudar a sus socios y socias a materializar sus planes y consolidar el mayor número de iniciativas estables. Por tanto, ser un referente en el trabajo en común por el derecho universal de todas las personas a un desarrollo profesional bajo los valores cooperativos. El colectivo de atención es las personas profesionales o las entidades jurídicas que quieren emprender un proyecto de forma individual o colectiva con un enfoque participativo. Personas interesadas en desarrollar el proyecto como parte de un equipo consolidado y especializado en su gestión empresarial que comparten una filosofía de trabajo colaborativo.

SMartib⁹ es una cooperativa de impulso empresarial sin ánimo de lucro¹⁰ (reinvirtiendo los beneficios en lo que decidan sus personas socias de forma democrática), dirigida a las personas que pertenecen al área de la cultura que incluye: las artes plásticas y visuales (fotografía, personas camarógrafas, diseño gráfico, textil y Websites e ilustración), artes escénicas y circenses (personas actrices, escenógrafas, músicos y compositoras, escritoras, guionistas), artes audiovisuales (artesanía, gestión cultural, producción audiovisual, personas comisarias y críticas de arte, representantes de artistas, técnicos de sonido e iluminación, informáticas, programadoras, intérpretes del patrimonio, distribuidoras de cine y teatro) y ocupaciones transversales (personas traductoras, formadoras y comerciales)¹¹. El interés activo reside en el bien colectivo y el interés social de todas las profesiones creativas.

SMartib forma parte de la red europea de SMart localizada en siete países¹². En concreto, ella pertenece a la red de Cooperativas SMart (SMartBe¹³) originada en Bélgica (1994) a partir de la cooperativa de empleo SMartCoop (Fajardo, 2018). Un proyecto europeo creado para mejorar las condiciones de trabajo y facilitar la movilidad de las personas artistas europeas, que se impulsa para facilitar el acceso a la financiación de la cultura a través de una entidad que ponga a las personas en el centro y cree una red de personas emprendedoras sociales (Nogales-Muriel, 2017). Él puede desembocar en una Cooperativa Europea - SMarteu- (Sánchez, 2015). En 2013, este modelo empresarial llega a España¹⁴ y se ubica en tres sedes, Barcelona, Madrid y Sevilla. Las tres sedes suman más de 120.000 personas socias.

Ha supuesto un instrumento pionero para mejorar la empleabilidad de las personas profesiones puesto que engloba una serie de actividades para las personas socias como: formación, redes para la visualidad, concurrir a licitaciones, optimizar las negociaciones con clientes potenciales, gestión tributaria y facturación, entre otras. Esta cooperativa ofrece asesoramiento personalizado para tutorizar aquellas personas que se han iniciado en su actividad profesional. Los servicios que ofrece son: asesoramiento laboral y legal, financiación a través de fondos de garantía, gestión de presupuestos de proyectos individuales y colectivos, seguro de responsabilidad civil, prevención de riesgos laborales, asesoramiento en propiedad intelectual, derechos de autor, comercio electrónico y nuevas tecnologías, contratos y licitaciones. Además, supone una plataforma para el trabajo en red y la conectividad del sector creativo¹⁵. La estructura de la cooperativa se hace cargo por completo de la gestión administrativa, permitiendo al profesional de la cultura concentrarse en su actividad esencial: la creación, la producción y la difusión.

Las personas socias contribuyen con un 7,5% de cada proyecto que gestiona SMartib. La contribución de cada persona socia se destina al mantenimiento de los servicios mutualizados (6,5%) y para sostener la estructura cooperativa (1%). La CIE trabaja a favor de: fortalecer la competitividad de los proyectos; abordar desafíos sociales que contribuyan a mejorar el bien común e impulsar al tejido profesional para la creación

⁸ Presentación de jmmartinez@gruposmart.coop (www.smart.coop) (15.05.2020).

⁹ La primera cooperativa de impulso empresarial de Andalucía. En poco tiempo, aglutina en su base social a más de dos mil personas socias usuarias (Sánchez, 2015).

¹⁰ 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 con el fin de ofrecer más y mejores servicios a las personas socias cooperativistas (Nogales-Muriel, 2017:338).

¹¹ Fuente: <https://smart-ib.coop/sobre-smart/> (14.09.2021).

¹² Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Suecia, Austria, e Italia. Fuente: <https://smart-ib.coop/sobre-smart/> (14.09.2021).

¹³ SMart es la abreviatura de la expresión francesa *Société Mutuelle pour Artist* (Sánchez, 2019).

¹⁴ Cooperativa de gestión para proyectos creativos y culturales (<https://smart-ib.coop/>).

¹⁵ Fuente: <https://smart-ib.coop/> (14.09.2021).

de empleos. Siempre bajo los principios cooperativos: puertas abiertas. adhesión y baja voluntaria; gestión democrática por parte de las personas asociadas; participación económica de las personas asociadas; autonomía e independencia; educación, formación e información; cooperación entre cooperativas; preocupación por la comunidad e igualdad¹⁶.

El papel significativo de esta cooperativa reside en su contribución a una transformación cultural y creativa, y en su custodia del sector cultural en la Economía Social de España. El impacto de SMartib radica en su conexión con la empresa social y la innovación social (Nogales-Muriel, 2017). En el actual mercado laboral de España, este modelo presenta una alternativa a toda persona que tiene unos propósitos de acción, pero que ella carece de carácter empresarial (Martínez, 2018).

3. Metodología

Para cumplir con el objetivo de esta investigación, determinar el perfil de las personas socias de las CIE, en el caso de SMartib, se ha realizado un estudio estadístico a tres niveles: 1) análisis descriptivo e inferencial, 2) regresión logística multinomial, 3) comparación con la población española de cooperativas. El paso previo a estos análisis consistió en la extracción y recolección de la información de las siguientes fuentes:

- Información sobre el género, la profesión y la ubicación profesional de las 271 personas socias de la cooperativa SMartib en el momento en el que se descargó la información (octubre de 2019). Para ello se acudió al directorio público que ofrece su Website (<https://smart-ib.coop/entrevistas-socios-as/>).
- Directorio de empresas sociales elaborado a partir de cuatro Websites: Ashoka¹⁷, Redcreactiva¹⁸, Social Enterprise¹⁹ e Interés Social²⁰ (marzo, abril y mayo de 2019). Se obtuvo un total de 2.633 empresas de carácter social de las cuales 613 son cooperativas en España (Pérez-Suárez, Sánchez-Torné y Pérez-Troncoso, 2021). La variable tratada fue la localización.
- Descarga del Instituto Nacional de Estadística: cifras del PIB por Comunidad Autónoma de España en 2019, y la población española a finales de 2019.

Los datos obtenidos han sido empleados para realizar, en primer lugar, un análisis descriptivo para conocer el perfil de las personas socias de SMartib. Esta aproximación abarcó las variables tipología (persona física o jurídica) y el género de las personas socias (mujer u hombre) en la sección 4.1, la localización y la localización de las personas socias con la densidad de población por Comunidad Autónoma (sección 4.2), y la ocupación de las personas socias (sección 4.3).

Las hipótesis de la investigación, presentadas a continuación, fueron contrastadas empleando la *prueba Z* para las muestras independientes que nos permitió rechazar (o no rechazar) que la tipología de persona socia se distribuye con la misma probabilidad sin depender de la ocupación o la región a la que pertenece (Sánchez-Torné y Pérez-Suárez, 2020). Así pues, cuando la *prueba Z* arroja un resultado inferior a 0,05 (p -valor < 0,05), se rechaza la hipótesis nula.

En primer lugar, se contrastó (sección 4.2, Tabla 3):

- H_0 (hipótesis nula) = la tipología de personas socias se distribuye con igual frecuencia por Comunidad Autónoma.
- H_1 (hipótesis alternativa) = la tipología de personas socias se distribuye con una frecuencia significativamente diferente por Comunidad Autónoma.

Posteriormente, se realizó el mismo contraste de hipótesis por grupos de ocupación (sección 4.3, Tabla 5):

- H_0 (hipótesis nula) = la tipología de personas socias se distribuye con igual frecuencia entre las distintas ocupaciones.
- H_1 (hipótesis alternativa) = la tipología de personas socias se distribuye con una frecuencia significativamente diferente entre las distintas ocupaciones.

Posteriormente, los resultados de la localización fueron comparados con la base de datos de empresas sociales, en concreto, con las ubicaciones de las sociedades cooperativas (provenientes del directorio de empresas cooperativas descrito anteriormente) (sección 4.5). De tal forma que, ello ofreció información relevante sobre si la cooperativa de impulso empresarial sigue la misma tendencia que la dinámica general de las cooperativas nacionales.

¹⁶ Presentación de jmmartinez@gruposmart.coop (www.smart.coop) (15.05.2020).

¹⁷ <https://spain.ashoka.org/emprendimiento-social/emprendedores-sociales/>.

¹⁸ <http://www.redcreactiva.org/directorio/>.

¹⁹ <https://socialenterprise.es/programas/categoria/empresas-sociales-espana/>.

²⁰ <https://web.archive.org/web/20210423060239/http://www.interesocial.com/empresas-sociales/>.

Por último, para profundizar sobre las relaciones entre las variables: ocupación, género, PIB/región de afiliación y la residencia en una capital de provincia, se formalizó una regresión logística multinomial que las vincula. Para ello, se realizó una clasificación de las ocupaciones en cuatro categorías diferentes (Cuadro 1): 1) actividades culturales y/o tradicionales, 2) actividades tecnológicas, 3) actividades empresariales, y 4) actividades educativas y/o deportivas. Pese a que una persona socia podría realizar dos categorías a la vez (por ejemplo, la realización audiovisual se podría considerar cultural), se escogió aquella categoría dominante. De esta forma, la regresión trata de estimar la expresión de la Ecuación 1, donde la variable dependiente es $ocup_i$ que representa a la ocupación que desarrolla el individuo i (con cuatro valores posibles). Y como variables independientes: 1) $tipo_i$ se corresponde con el tipo de socio que es la persona i (mujer, hombre u organización), 2) $PIBpc_{CCAA_i}$, se corresponde con el PIB per cápita de la región donde reside el socio i , 3) $capital_i$ es una variable binaria que indica si la persona socia vive en una capital de provincia de una Comunidad Autónoma. La variable que expresa el PIB per cápita de cada Comunidad Autónoma ha sido transformada con logaritmos para ajustar su escala y relativizar las diferencias entre las regiones con un PIB alto.

$$ocup_i = \alpha_i + \beta_{tipo} \cdot tipo_i + \beta_{pib} \cdot \log(PIBpc_{CCAA_i}) + \beta_{capital} \cdot capital_i \quad (1)$$

El modelo fue ajustado a las variables con las mejores medidas de ajuste alcanzadas (medido a través del criterio de información de Akaike, AIC).

Cuadro. 1. Clasificación de las ocupaciones.

Ocupación	Categoría
Imagen/Fotografía	Tecnológica
Realización Audiovisual	Tecnológica
Artes Escénicas	Cultural y/o tradicional
Formación/Traducción	Educativa y/o deportiva
Actor/Actriz	Cultural y/o tradicional
Artes Plásticas	Cultural y/o tradicional
Sonido/Música	Cultural y/o tradicional
Artesanía	Cultural y/o tradicional
Gestión Cultural	Empresarial
Danza	Cultural y/o tradicional
Textil	Cultural y/o tradicional
Escritor/a	Cultural y/o tradicional
Comunicación	Tecnológica
Community Manager	Tecnológica
Diseño	Tecnológica
Creativo	Tecnológica
Clown, Formación – Circo	Educativa y/o deportiva
Organización de eventos	Empresarial
Publicidad	Empresarial
Museografía	Cultural y/o tradicional
Escultor/a	Cultural y/o tradicional
Deportivo	Educativa y/o deportiva
Bellas Artes	Cultural y/o tradicional
Producción editorial	Empresarial
Pintor/a	Cultural y/o tradicional
Consultoría	Empresarial
Desarrollo de Software	Tecnológica
Outsourcing comercial	Empresarial
Integración social	Educativa y/o deportiva
Permacultura	Cultural y/o tradicional

Fuente: Elaboración propia.

El tratamiento de los datos se realizó con STATA 16 (StataCorp, 2019). Las probabilidades de que las personas socias se dediquen a los diferentes tipos de ocupaciones existentes fueron estudiadas según a sus características, y mediante una regresión (sección 4.4).

4. Resultados y Discusión

4.1. Afiliación

La variable afiliación fue tratada por Sánchez (2019) y Fajardo (2018). Como se observa en la Tabla 1, la mayoría de las personas socias son personas físicas, aunque también existe una representación de persona jurídica en SMartib. Entre las personas físicas, las mujeres representan 11 puntos porcentuales menos que los hombres.

Tabla. 1. Afiliación a SMartib.

Personalidad	Género	N	Porcentaje sobre el total
Física	Mujer	110	40,59%
	Hombre	139	51,29%
Jurídica	Organización	22	8,12%

Fuente: SMartib (2019).

Las personas socias de SMartib son un grupo heterogéneo que abarca, desde los profesionales artistas que han constituido una sociedad hasta los servicios tradicionales de artesanía y carpintería, un paraguas de servicio social y común a todas las personas socias. Sería conveniente, observar el carácter de la afiliación, si las personas trabajadoras de la cooperativa tienen carácter indefinido (Sánchez, 2019).

4.2. Localización

La variable localización fue tratada por Sala-Ríos, Torres-Solé y Farré-Perdiguer (2018), al señalar que hay Comunidades Autónomas que destacan por su ventaja en la localización de cooperativas. En la Tabla 2, se presenta una columna con la frecuencia relativa sobre el total en la ubicación de las personas socias de SMartib, y una columna con la frecuencia relativa del volumen de población en cada Comunidad Autónoma. Las personas socias de SMartib se encuentran repartidas de forma desigual a lo largo del territorio nacional. Por ejemplo, esta cooperativa de impulso empresarial no cuenta con personas socias en La Rioja, Murcia, Asturias, País Vasco, Ceuta, Navarra y Melilla. La mayoría de sus personas socias provienen de Andalucía, Cataluña y Madrid, resultado esperable al ser las tres comunidades únicas con sede. No obstante, teniendo en cuenta el porcentaje de población de cada comunidad, son Andalucía y, en un segundo lugar más distante, Cataluña, dos regiones donde SMartib ha logrado un mayor arraigo.

Tabla. 2. Localización de las personas socias de SMartib.

Comunidad Autónoma	SMartib	Población	Diferencia
Andalucía	42.80%	17.84%	24.97%
Aragón	0.74%	2.80%	-2.06%
Baleares	0.37%	2.47%	-2.10%
Canarias	0.37%	4.59%	-4.22%
Cantabria	1.48%	1.23%	0.25%
Castilla-La Mancha	1.11%	4.31%	-3.20%
Castilla y León	7.75%	5.05%	2.70%
Cataluña	24.35%	16.40%	7.96%
Comunidad Valenciana	1.48%	10.66%	-9.18%
Extremadura	1.11%	2.24%	-1.14%
Galicia	1.48%	5.69%	-4.22%
Madrid	16.97%	14.29%	2.69%
La Rioja	0.00%	0.67%	0.67%
Murcia	0.00%	3.18%	3.18%
Asturias	0.00%	2.15%	2.15%
País Vasco	0.00%	4.68%	4.68%
Ceuta	0.00%	0.18%	0.18%
Navarra	0.00%	1.39%	1.39%
Melilla	0.00%	0.18%	0.18%
Total	100.00%	100.00%	

Fuente: SMartib (2019) e INE (2019).

Existe una fuerte concentración de las personas socias en capitales de provincia, representando el 87% de la muestra. Esto ocurre principalmente porque las ciudades-sede, Sevilla, Barcelona, y Madrid, acaparan el 55% de las personas socias.

Tabla. 3. Localización según la tipología de las personas socias de SMartib.

Comunidad Autónoma	Mujer	Hombre	Persona jurídica
Andalucía	41,82%	44,60%	36,36%
Aragón	0,91%	0,00%	4,55% *
Baleares	0,00%	0,72%	0,00%
Canarias	0,00%	0,72%	0,00%
Cantabria	2,73%	0,72%	0,00%
Castilla y León	6,36%	8,63%	9,09%
Castilla-La Mancha	0,00%	2,16%	0,00%
Cataluña	25,45%	25,90%	9,09%
Comunidad Valenciana	1,82%	1,44%	0,00%
Extremadura	1,82%	0,72%	0,00%
Galicia	3,64%	0,00%	0,00%
Madrid	15,45% *	14,39% *	40,91% *
* p-valor<0,05			

Fuente: Elaboración propia a partir de SMartib (2019).

No se han hallado diferencias significativas entre mujeres y hombres socios en relación con su Comunidad Autónoma de afiliación a SMartib. En cambio, sí se ha observado que las personas jurídicas presentan un porcentaje significativamente superior en Aragón y Madrid (Tabla 3).

4.3. Ocupación

La variable ocupación fue tratada por Betanzos y Ocaña (2019), llegando a reconocer el experimentado y corto recorrido de las medidas innovadoras en las cooperativas de impulso empresarial. SMartib tiene un amplio abanico de ocupaciones, aunque la gran mayoría de ellas se encuentran englobadas en el ámbito de la cultura (Tabla 4), en un sentido amplio (artes escénicas, música, artesanía, etc.), o de las nuevas tecnologías (community manager, desarrollo de software). Precisamente, las ocupaciones más populares son aquellas que combinan, en algún grado, las actividades artísticas con las nuevas tecnologías (imagen y realización audiovisual).

Tabla. 4. Ocupación de las personas socias.

Ocupación	N	Porcentaje %
Imagen/Fotografía	79	21,94%
Realización Audiovisual	69	19,17%
Artes Escénicas	29	8,06%
Formación/Traducción	21	5,83%
Actor/Actriz	19	5,28%
Artes Plásticas	17	4,72%
Sonido/Música	17	4,72%
Artesanía	16	4,44%
Gestión Cultural	12	3,33%
Danza	9	2,50%
Textil	7	1,94%
Escritor/a	7	1,94%
Comunicación	6	1,67%
Community Manager	6	1,67%
Diseño	5	1,39%
Creativo	5	1,39%
Clown, Formación – Circo	4	1,11%
Organización de eventos	4	1,11%
Publicidad	4	1,11%
Museografía	3	0,83%
Escultor/a	3	0,83%
Deportivo	3	0,83%
Bellas Artes	3	0,83%
Producción editorial	3	0,83%
Pintor/a	2	0,56%
Consultoría	2	0,56%
Desarrollo de Software	2	0,56%
Outsourcing comercial	1	0,28%
Integración social	1	0,28%
Permacultura	1	0,28%

Fuente: SMartib (2019).

A continuación, se han analizado las posibles divergencias entre las ocupaciones por tipologías de las personas socias (Tabla 5). Las personas jurídicas han presentado un porcentaje significativamente superior en actor/actriz, danza, diseño y artesanía. Se han observado diferencias entre hombres y mujeres con relación a la ocupación. Ellas presentan un resultado superior en gestión cultural, formación/traducción y artesanía; y ellos evidencian una cifra significativamente superior en realización audiovisual.

Tabla. 5. Ocupación de las personas socias según tipología de SMartib.

Ocupación	Mujer	Hombre	Persona jurídica
Imagen/Fotografía	25,45%	35,25%	9,09%*
Realización Audiovisual	18,18%	32,37%*	18,18%
Artes Escénicas	7,27%	12,23%	18,18%
Formación/Traducción	13,64%*	3,60%	4,55%
Actor/Actriz	6,36%	4,32%	27,27%*
Artes Plásticas	7,27%	5,76%	4,55%
Sonido/Música	3,64%	9,35%	0,00%
Artesanía	8,18%*	2,16%	18,18%*
Gestión Cultural	8,18%*	1,44%	4,55%
Danza	3,64%	1,44%	13,64%*
Textil	3,64%	1,44%	4,55%
Escritor/a	2,73%	2,88%	0,00%
Comunicación	2,73%	2,16%	0,00%
Community Manager	4,55%	0,72%	0,00%
Diseño	0,91%	1,44%	9,09%*
Creativo	2,73%	1,44%	0,00%
Clown, Formación – Circo	1,82%	1,44%	0,00%
Organización de eventos	1,82%	1,44%	0,00%
Publicidad	0,91%	2,16%	0,00%
Museografía	2,73%	0,00%	0,00%
Escultor/a	0,00%	2,16%	0,00%
Deportivo	1,82%	0,72%	0,00%
Bellas Artes	2,73%	0,00%	0,00%
Producción editorial	0,91%	0,72%	4,55%
Pintor/a	0,00%	1,44%	0,00%
Consultoría	0,00%	1,44%	0,00%
Desarrollo de Software	0,91%	0,72%	0,00%
Outsourcing comercial	0,00%	0,72%	0,00%
Integración social	0,00%	0,00%	4,55%
Permacultura	0,00%	0,72%	0,00%
* p-valor<0,05			

Fuente: Elaboración propia a partir de SMartib (2019).

4.4. Modelo de regresión logística multinomial

En la Tabla 6 se muestra los coeficientes de la regresión con sus correspondientes niveles de significatividad y errores estándar. Cada una de las categorías (educación, empresarial, tecnológica y cultural) representa a cada uno de los posibles valores que puede tomar la variable ocupación. Una de estas categorías es establecida como categoría de referencia (sector cultural/tradicional) y el resto debe ser interpretada con relación a esta. En este caso, el PIB es negativo en la categoría de tecnológica. Esto implica que las personas que se dedican a este sector viven en regiones con un PIB significativamente más bajo que aquellas que se

dedican al sector cultural. En cuanto a la variable tipo, también se determina una categoría de referencia (mujeres), así pues, se puede interpretar que la proporción de hombres (respecto a mujeres) realizando una actividad educativa y/o deportiva es menor que en el sector cultural. Por otro lado, también existe una correlación negativa significativa al 10% entre las probabilidades de realizar una actividad tecnológica cuando la persona socia es una organización. No existen otras tendencias significativas en cuanto a las características de la persona socia y la probabilidad de dedicarse a una actividad empresarial.

De las tres variables que se han incorporado al modelo, sólo la variable capital_i (vivir en una capital de provincia) ha resultado no significativa para explicar la ocupación de las personas socias. Por tanto, al contrario de lo que cabría esperar, residir en una capital no indica, por ejemplo, que se desarrollen menos actividades culturales o tradicionales.

Tabla. 6. Derivaciones de la regresión logística multinomial.

	Coeficiente	Error estándar	p-valor
Educación/Deporte			
Constante	12,4677	9,6304	0,1954
Tipo (ref.: mujeres)			
Hombres	-1,0908**	0,5095	0,0322
Organización	-0,9923	0,8246	0,2288
PIB	-1,2358	0,9427	0,1898
Capital	-0,7619	0,5772	0,1868
Empresarial			
Constante	13,1528	10,0507	0,1907
Tipo (ref.: mujeres)			
Hombres	9,6304	0,4893	0,4615
Organización	-1,3786	1,0982	0,2093
PIB	-1,3730	0,9837	0,1628
Capital	-0,3256	0,6427	0,6123
Tecnológica			
Constante	17,9937***	6,004	0,0027
Tipo (ref.: mujeres)			
Hombres	0,4327	0,3022	0,1522
Organización	-1,1000*	0,5848	0,0599
PIB	-1,7738**	0,5870	0,0025
Capital	0,2760	0,4322	0,5230
Cultural / tradicional (referencia)			
LL: 308.1342.			
AIC: 616.2684.			
* p-valor<0,1; ** p-valor<0,05; *** p-valor<0,01.			

Fuente: Elaboración propia.

Las anteriores relaciones nos indican que, de cierta forma, la actividad a la que se dedican las personas socias está influenciada por el lugar en el que residen.

4.5. Arraigo de las cooperativas sociales

La Tabla 7 presenta la distribución geográfica de las personas socias de SMartib y la distribución geográfica de las cooperativas españolas (Pérez-Suárez y Sánchez-Torné, 2020). Como se observa, los territorios de los

que provienen las personas socias no se corresponden, en muchas ocasiones, con aquellos lugares donde existe un gran arraigo por las cooperativas sociales. El ejemplo más claro es el País Vasco, el cual alberga el 12,07% de las empresas de este tipo, pero, sin embargo, no cuanta con ninguna persona socia en SMartib. El caso de Cantabria también representa una singularidad, pues aún al disponer de un marco normativo propio²¹, no muestra una elevada promoción de la CIE. Puede encontrarse el ejemplo contrario en el caso de Andalucía y Cataluña, las cuales tienen mayor proporción de personas socias de SMartib que de cooperativas sociales a nivel nacional. Esto probablemente puede explicarse por los porcentajes de población que representan estas comunidades (17.8% y 16.4% respectivamente) pero, también, fundamentalmente por la presencia de sedes de SMartib en su territorio.

Tabla. 7. Arraigo del cooperativismo social.

Comunidad Autónoma	Distribución de personas socias SMartib	Distribución de cooperativas nacionales
Andalucía	42,80%	27,57%
Aragón	0,74%	4,24%
Baleares	0,37%	1,47%
Canarias	0,37%	0,16%
Cantabria	1,48%	0,49%
Castilla-La Mancha	1,11%	4,89%
Castilla y León	7,75%	4,89%
Cataluña	24,35%	8,32%
Comunidad Valenciana	1,48%	6,36%
Extremadura	1,11%	3,59%
Galicia	1,48%	3,43%
Madrid	16,97%	16,80%
Murcia	0,00%	4,24%
Asturias	0,00%	0,65%
Navarra	0,00%	0,82%
País Vasco	0,00%	12,07%
La Rioja	0,00%	N/D
Ceuta	0,00%	N/D
Melilla	0,00%	N/D

Fuente: SMartib, Ashoka, Redcreactiva, Social Enterprise e Interès Social (2019).

5. Conclusiones

Esta investigación determina el perfil de SMart Ibérica para comprobar el concepto de CIE. Así pues, destacar que sus personas afiliadas son personas físicas (91,88%), donde predominan los hombres (51,29%) frente a las mujeres (40,59%). No se han detectado regiones en las que exista un reparto desigual de hombres y mujeres, y destaca el caso de Madrid donde existen más personas jurídicas que hombres o mujeres socios por separado.

Las ocupaciones que presentan mayor volumen de personas afines fueron: Imagen/Fotografía (21,94%), Realización Audiovisual (19,17%), Artes Escénicas (8,06%), Formación/Traducción (5,83%), Actor/Actriz (5,28%). Los hombres tienden a repartirse de forma homogénea entre las diferentes ocupaciones, mientras que ellas se concentran en gestión cultural, formación/traducción y artesanía.

El análisis de regresión logística multinomial evidenció que ser hombre disminuye las probabilidades de que la ocupación profesional esté vinculada con la educación y el deporte. Además, a mayor PIB se incrementa la posibilidad de que se lleve a cabo actividades relacionadas con la cultura/tradicionales.

²¹ La Ley 6/2013 de 6 de noviembre de cooperativas de Cantabria asume a las CIE como cooperativas especiales, desde la perspectiva de facilitar la innovación social, por un estricto cumplimiento de los principios cooperativos. (Millán y Vázquez, 2017).

Las derivaciones sobre la distribución geográfica muestran que no existen similitudes entre las sedes de SMartib, y el tradicional enfoque local y cooperativo de muchos lugares de España. No obstante, durante el testeado de la regresión logística multinomial, ya se comprobó que no existía una correlación entre la localización de las sedes de SMartib y la procedencia de sus personas socias. La ausencia de personas socias provenientes del País Vasco, por ejemplo, podría ser un efecto de las características territoriales. En una línea equivalente a Nogales-Muriel (2017:344), hay heterogeneidad nacional siendo una “característica de los procesos de difusión geográfica de los modelos de innovación social, como es SMartib. 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 sociales y actores claves”.

Los valores revelados por las personas socias son coincidentes tanto con el ideario de los principios del modelo cooperativo clásico (Radrigán, Dávila & Bellei, 2021), como con la contribución social y cívica de la ciudadanía actual. Ello permite apreciar una enérgica implicación comunitaria.

Esta investigación presenta varias limitaciones. La discusión de las derivaciones podría ser contrastada con más evidencias empíricas. La limitación temporal reside en tratar el directorio de personas socias de SMartib en 2019. La limitación metodológica se halla en la acotada información sobre el perfil de cada persona miembro ofrecida por la fuente de información principal. Ambas limitaciones implican que las acciones venideras pasen por ampliar el eje temporal de los datos recopilados y ampliar las fuentes de información en pro de tratar nuevas variables como la rentabilidad económica de las ocupaciones. Entre las futuras líneas de investigación, se plantea elaborar un directorio detallado de todas las personas socias de SMart en Europa, para, posteriormente, realizar las comparaciones entre los territorios y las series temporales. También se podría plantear un estudio comparativo a partir de otras cooperativas de impulso empresarial nacionales como, por ejemplo, Coopart-Cooperativa de personas artistas o Se buscan periodistas-Comunicadores Asociados (SBP-CA) de personas periodistas.

6. Referencias bibliográficas

- Altés Tárrega, J. A. (2018) Análisis legal de las cooperativas de facturación y las cooperativas de impulso empresarial. En *Trabajo en plataformas digitales: Innovación, Derecho y Mercado*. 387-410. Aranzadi. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=711065> (Consultado 29.08.2021).
- Betanzos, J. M., & Ocaña, L. (2019) La reducción legal de la base social cooperativa. Análisis de la tendencia legislativa en las sociedades cooperativas de primer grado: el caso andaluz. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 34, pp. 91-128, disponible en: <https://ojs.uv.es/index.php/juridicaciriec/article/view/13061/18085>.
- Dólera Sevilla, I. (2021) Trabajadores de países miembros de la UE en España y su régimen de Seguridad Social. Especial consideración de las cooperativas. *e-Revista Internacional de la Protección Social*, 6(2), pp. 126-154. <https://doi.org/10.12795/e-RIPS.2021.i02.07>.
- FAECTA (2014) La Innovación Social y las Cooperativas: el Impacto Social de las cooperativas y experiencias innovadoras socialmente, disponible en: https://www.faecta.coop/doc/faecta_informe_innovacion_social_cooperativismo.pdf (Consultado 29.08.2021).
- FAECTA (2015) Cooperativas de Impulso Empresarial. Guía de creación, disponible en: https://www.faecta.coop/fileadmin/documentos/PDF_FAECTA/guia_cooperativa_impulso_empresarial.pdf (Consultado 29.08.2021).
- Fajardo García, G. (2015) Empresas gestionadas por sus trabajadores: problemática jurídica y social. *CIRIEC-España*, disponible en: <http://repositorio.coomeva.com.co/handle/coomeva/2375>.
- Fajardo García, G. (2018) Nuevas cooperativas que promueven el auto-empleo: las cooperativas de impulso empresarial y las cooperativas de emprendedores. En la promoción del emprendimiento y la inserción social desde la Economía Social. *CIRIEC-España. Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, disponible en: http://ciriec.es/wp-content/uploads/2018/12/CIRIEC_libro_emprend2018.pdf#page=27.
- Fajardo, G., & Alzola, I. (2018) Las cooperativas de emprendedores y su contribución al emprendimiento en Economía Social. *CIRIEC-España. Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, N° 33, pp. 145-184, disponible en: <http://ciriec-revistajuridica.es/wp-content/uploads/comen33-06.pdf>.
- Gavrilova, M. V., Portnov, M. S., Rechnov, A. V., Philippov, V. P., & Egorova, G. N. (2021) The Use of Neural Networks in Predicting the Economic Performance of Cooperative Organizations. In *Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics*. pp. 511-519. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-57831-2_54.
- Hernández-Bejarano, M. (2017) Nuevos modelos de cooperativas de trabajadores autónomos: un análisis de las cooperativas de impulso empresarial y las cooperativas de facturación. *Revista Economía colaborativa y trabajo en plataforma: realidades y desafíos*, disponible en: <https://tinyurl.com/2p833mpe>.

- Lozano, A. (2016) Cooperativas de trabajadores autónomos-cooperativas de impulso empresarial. En *Cooperativa de Trabajo asociado y Estatuto Jurídico de sus socios trabajadores*. pp. 713-726. Tirant lo Blanch.
- Martínez Moreno, J. M. (2018) Cooperativas de Impulso Empresarial: El Caso Smart IB. En la promoción del emprendimiento y la inserción social desde la Economía Social. *CIRIEC-España. Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, disponible en: http://ciriec.es/wp-content/uploads/2018/12/CIRIEC_libro_emprend2018.pdf#page=47.
- Millán, R. & Vázquez, E. (2017) Economía social y empleo: Cooperativas de Impulso Empresarial, labores de intermediación o “cooperativas de facturación”. IX Coloquio Ibérico Internacional de Cooperativismo y Economía Social, disponible en <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2018/01/COMUN-031-T5-MILLAN-VAZQUEZ.pdf> (Consultado 29.08.2021).
- Nogales-Muriel, R. (2017) La aparición de la empresa social para la articulación del sector profesional de la cultura en España: El caso de Smart Ibérica. *Lex Social: Revista de Derechos Sociales*, 7(2), pp. 330-347, disponible en https://www.upo.es/revistas/index.php/lex_social/article/view/2732.
- Olveira Blanco A. (2016) Emprendimiento Cooperativo en Galicia con perspectiva de género: una forma de afrontar la crisis económica (2008 – 2014). *Ciem2016 – 6ª Conferencia Ibérica de Emprendedorismo*. Universidad de la Coruña, 35-41, disponible en <https://tinyurl.com/4zsvnmdd>.
- Pérez-Suárez, M.; Sánchez-Torné, I.; Pérez-Troncoso, D. (2021) La Empresa Social: realidad de la Economía Social en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 139, e77445. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.77445>.
- Pérez-Suárez, M.; Sánchez-Torné, I. (2020) Las sociedades cooperativas de España: empresas creadoras de empleo. Una especial referencia a Andalucía. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 136, e71860. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71860>.
- Radrigán, M.; Dávila Rodríguez, A.M.; Bellei Tobar, J. (2020) Cooperativas Escolares como una forma de fomentar la capacidad emprendedora asociativa de niños y jóvenes. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 136, e69188. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.69188>.
- Ramírez de Arellano Espadero, L. (2018) Normativa cooperativa andaluza e innovación. La contribución de la reciente normativa andaluza de cooperativas a la innovación social y el empleo. *CIRIEC-España. Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, Nº 33, pp. 45-72, disponible en: <http://ciriec-revistajuridica.es/wp-content/uploads/comen33-03.pdf>.
- Rozas, D., & Díaz-Molina, S. (2019) Potentialities and Limitations of Blockchain Technologies in the Governance of Social Enterprise Collectives: The Case of Smart Ibérica. Seventh EMES International Research Conference (Sheffield). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3346561>.
- Sala-Ríos, M., Torres-Solé, T., & Farré-Perdiguer, M. (2018) Demografía de las cooperativas en tiempos de crisis. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Nº 93, pp. 51-84. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.11042>.
- Sánchez Bárcena, G. (2015) Cooperativas de impulso empresarial: el caso concreto de Smart Ibérica de impulso empresarial S. Coop. And. Centro de Documentación Virtual, disponible en: <https://repositorio.coomeva.com.co/handle/coomeva/2380>.
- Sánchez López, J. F. (2019) Análisis del uso de modelo cooperativo como motor de crecimiento en plataformas colaborativas. Aplicación práctica. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/100234>.
- Sánchez Rojas, J. Á. (2017) Innovación social: Análisis del modelo de las lanzaderas de empleo y su adaptabilidad al ámbito universitario (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad Internacional de Andalucía. <http://hdl.handle.net/10334/3837>.
- Sánchez-Torné, I. & Pérez-Suárez, M. (2020) Un diagnóstico de situación de la empresa social en España. *GIZAEMEA - Revista Vasca de Economía Social*, 17, pp. 7-34. <https://doi.org/10.1387/gizaekoa.22225>.
- StataCorp. 2019. *Stata Statistical Software: Release 16*. College Station, TX: StataCorp LLC.