

# La Economía de los Valores

Comunicación a



**Grup d'Investigació en Desenvolupament Territorial**  
Dept. Sociologia i Antropologia Social- Facultat Ciències Socials  
Universitat de València



**Autor:**

José Ramón Cuesta Pomares  
Presidente y fundador de RastroSolidario ONGD  
[info@rastrosolidario.org](mailto:info@rastrosolidario.org)

## Resumen

El origen de la actual crisis tiene mucho que ver con el desplazamiento del ser humano y de sus valores del centro de la economía. Cuando el centro de la economía pasó a ser el dinero, empezó a potenciarse éste (especulación), en lugar de los bienes de mercado (productos y servicios). El dinero, que solo era una herramienta de medida para facilitar el intercambio, ha pasado a tener valor por sí mismo, y esta perversión es la que ha empobrecido al mundo (y enriquecido a unos pocos). En la presente comunicación expondremos las distintas iniciativas que hemos emprendido en RastroSolidario en las que valores como la solidaridad, sostenibilidad medioambiental y económica, la sensibilización y el trabajo inclusivo toman el protagonismo.

## Palabras Clave

Sostenibilidad medioambiental, sostenibilidad económica, valores humanos, ONGs  
emprendimiento social, iniciativas solidarias, Fundraising Colectivo, trabajo inclusivo.

## índice

1. Introducción
2. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí?
  - 2.1 Aquellos polvos trajeron estos lodos
  - 2.2 La economía improductiva
  - 2.3 La gran mentira
  - 2.4 La pérdida de valores
3. El Emprendimiento Social como punto de partida
4. El Emprendedor Social
5. La Economía Triple B
6. La Economía de los Valores: justificación de la necesidad
7. Presentación de RastroSolidario ONGD
8. Valores con los que diseñar Emprendimiento Social
9. Medición del grado de cumplimiento de los Valores
10. Tabla resumen de Emprendimientos en RastroSolidario: Experiencias y Proyectos
11. Descripción de los Emprendimientos, en los que en cada uno analizarán los siguientes aspectos:
  - a) Definición en 2-3 líneas
  - b) ¿Qué problema trata de solucionar?
  - c) ¿Cómo funciona?
  - d) ¿Cuál ha sido el impacto del trabajo hasta el momento? (*solo en Experiencias*)
  - e) Estrategia de expansión (*solo en Experiencias*)
  - f) Resultados esperados en 5-10 años (*solo en Experiencias*)
  - g) Cumplimiento de la Economía de los Valores (*desarrollado solo en Experiencias*)
    - i. Acción social
    - ii. Impacto medioambiental
    - iii. Sostenibilidad económica
    - iv. Sensibilización / participación
    - v. Formación en valores / trabajo inclusivo

## EXPERIENCIAS

- 12.1 Segunda Mano Solidaria
- 12.2 RopaSolidaria
- 12.3 AceiteSolidario

## PROYECTOS

- 12.4 SolidaryBag
- 12.5 RS\_Academics
- 12.6 DoYouCan.org
- 12.7 Libros x Alimentos
- 12.8 Donado.org
- 12.9 Publicidad con Valores
- 12.10 La Croqueta Solidaria

12. Conclusión
13. Bibliografía

## 1. Introducción

La actual crisis en la que estamos inmersos no tiene como punto de arranque un mal modelo económico, tiene sus inicios en una crisis de valores humanos. Y es esta falta de valores la verdadera razón de la crisis del actual modelo económico. Esto lo resume muy bien Jose Luis Sampedro <sup>1</sup>: “...es una falacia hablar de crisis financiera únicamente. La crisis es política. La crisis es del sistema de vida occidental.” <sup>2</sup>. Si retomamos valores humanos como la solidaridad, la dignidad y la sostenibilidad medioambiental, conseguiremos un modelo económico más justo para todos.

Este primer párrafo es el resumen de la presente comunicación. Puede que a alguien le parecerá una utopía, que contraviene todo lo que nos han enseñado del modelo de libre mercado y la libre competencia, que la solidaridad es filantropía (regalar sin esperar nada a cambio), que el único fin de una empresa es la de obtener lucro... y es que por pensar así estamos donde estamos. Aunque sería más exacto decir: por creer a quienes nos decían que debíamos pensar así, estamos donde estamos.

A través de varios autores vamos a poner en antecedentes lo introducido hasta el momento, para más tarde presentar un modelo económico que ya se está implantando y cuyas principales virtudes son:

- i. Sostenibilidad económica
- ii. Sostenibilidad medioambiental
- iii. Respeto de los valores humanos

## 2. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

Es imposible plantear soluciones sin conocer el problema, y para conocer el problema hay que entender cómo se gestó. En este primer punto vamos a tratar de explicar a través de diversos autores, como hemos llegado hasta la actual situación.

### 2.1 Aquellos polvos trajeron estos lodos

Según nos cuenta Stéphan Hessel <sup>3</sup> en su obra **¡INDIGNAOS!**: “*A partir de 1945, después de un drama atroz (la segunda guerra mundial), las fuerzas presentes en el Consejo de la Resistencia <sup>4</sup> emprendieron una ambiciosa resurrección. Recordémoslo, fue entonces cuando se creó la Seguridad Social [...] Un plan completo de Seguridad Social cuyo objetivo sea garantizar a todos los ciudadanos los medios de subsistencia, en todos aquellos casos en los que no puedan procurárselos a través del trabajo [...] una jubilación que permita a los ancianos trabajadores finalizar sus días con dignidad”. [...] El interés general debía primar sobre interés particular y el reparto justo de las riquezas creadas por el mundo del trabajo, sobre el poder del dinero*”.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Jose Luis Sampedro. Barcelona 1917. Economista, escritor, miembro de la RAE desde 1990. Humanista comprometido sigue escribiendo y pronunciando conferencias.

<sup>2</sup> Pag 16 de “REACCIONA”. Ensayo de varios autores.

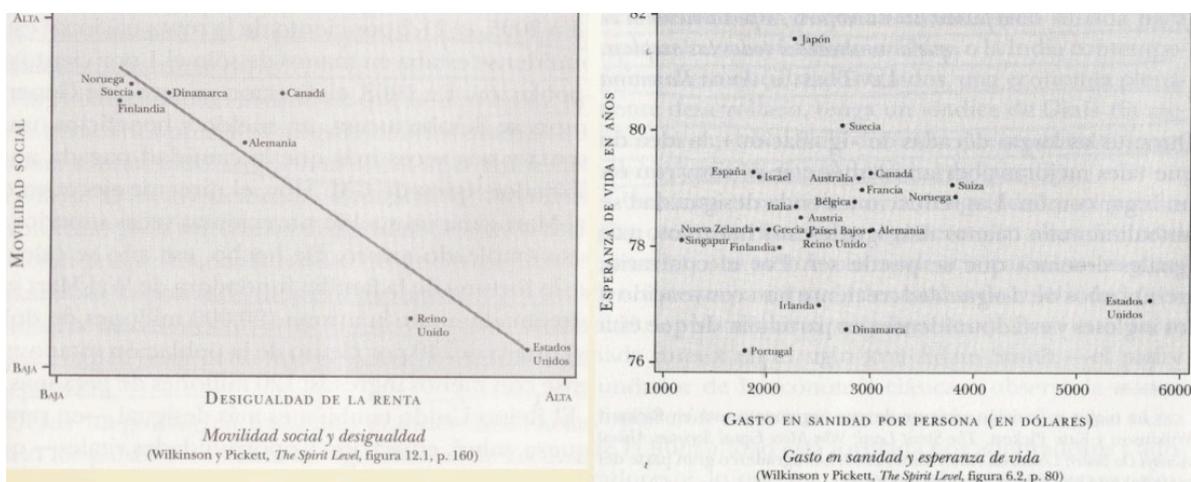
<sup>3</sup> Stéphan Hessel. Berlín 1917. Desde 1977 ocupa el puesto de embajador de Francia ante la ONU.

<sup>4</sup> El Consejo Nacional de la Resistencia (CNR) fue creado clandestinamente en 1943 en París, por representantes de los ocho grandes movimientos de resistencia: dos sindicatos y seis partidos políticos.

<sup>5</sup> ¡INDIGNAOS! De Stéphan Hessel, pp 22-23.

Según Tony Judt<sup>6</sup> en su obra **Algo va mal**: “...el estilo materialista y egoísta de la vida contemporánea no es inherente a la condición humana. Gran parte de lo que hoy nos parece “natural” data de la década de 1980: la obsesión por la creación de riqueza, el culto a la privatización y el sector privado, las crecientes diferencias entre ricos y pobres. Y, sobre todo, la retórica que los acompaña: una admiración acrítica por los mercados no regulados, el desprecio por el sector público, la ilusión del crecimiento infinito”.

Estos autores se sienten escandalizados y horrorizados al comprobar que ha dejado de entenderse la economía como la administración de los recursos, y ha pasado a entenderse como la maximización del lucro, y nos sitúa el comienzo de este cambio en la década de los 80. ¿Y qué pasó en esa década? Fue la época de los mandatos de Ronald Reagan y Bill Clinton en EEUU y de Margaret Thatcher en Reino Unido. Los primeros apostaron por el “estado mínimo”, máxima desregularización y máxima privatización, y tuvo como consecuencia la sociedad más desigual del planeta, y esto comporta una mala calidad de vida.



### Gráficas comparativas sobre desigualdad y gasto sanitario (Algo va mal. Tony Judt)

Hay una razón por la que la mortalidad infantil, la esperanza de vida, la criminalidad, la población carcelaria, los trastornos mentales, el desempleo, la obesidad, la malnutrición, el embarazo de adolescentes, el uso de drogas ilegales y la inseguridad económica están más marcados en Estados Unidos y en el Reino Unido que en la Europa Continental. Cuanto mayor es la distancia entre la minoría acomodada y la masa empobrecida, más se agravan los problemas sociales. No importa lo rico que sea un país, sino lo desigual que sea.<sup>7</sup> Valga este dato como ejemplo: Estados Unidos gasta unos 5.700\$ por persona al año en sanidad y tiene una esperanza de vida de 77 años, Japón gasta 2.300\$ (un 60 % menos) y tiene una esperanza de vida de 81,5 años. No en vano, Japón es el país que menos desigualdad de renta tiene, y por tanto, menos problemas sociales, y Estados Unidos, es el país que más desigualdad de renta tiene, y por tanto más problemas sociales.<sup>8</sup>

Margaret Thatcher por su parte se propuso dismantelar por completo el estado del bienestar, basándose exclusivamente en los incentivos, el “esfuerzo” y la recompensa –y en

<sup>6</sup> Tony Judt (1948-2010) es uno de los más grandes pensadores contemporáneos. Impartió clases en las universidades de Cambridge, Oxford, Berkeley y Nueva York.

<sup>7</sup> Tony Judt, del libro de “Algo va mal”. Pag 33

<sup>8</sup> Conclusiones que se extraen de las tablas comparativas de Tony Judt en su libro “Algo va mal”. Pp 31-33

el castigo para las deficiencias-. Esta buena señora decía cosas como: *“Sería un disparate hacer universales los beneficios del bienestar para todos los que los necesitan. Si los trabajadores no están desesperados, ¿por qué van a trabajar?”*<sup>9</sup>.

Esta forma de pensar es bastante próxima a la racionalidad económica ilustrada, cuando Bernard Mandeville escribió en 1732, *La fábula de las abejas*. Los trabajadores, en opinión de Mandeville, *“no tienen nada que les induzca a ser útiles más que sus necesidades, que es prudente mitigar, pero absurdo eliminar”*.

La respuesta a **¿cómo hemos llegado hasta aquí?** es clara: **abandonando los valores humanos**. Valores como la dignidad. El trabajo dignifica al hombre, pero estos ilustres personajes (que no ilustrados), decidieron arrebatárle este valor al trabajo. En la edad media las profesiones se heredaban, se formaban gremios de oficios, y los trabajadores tenían la satisfacción de pertenecer a un gremio profesional, pero cuando decidieron arrebatár ese valor de dignidad al trabajo, empezaron a arrebatárle la dignidad al hombre.

Otro valor humano que se abandonó fue el de la solidaridad, cuando en EEUU se apostó por el “estado mínimo” y se maximizó la privatización. Aquellos que contaban con medios podían optar a los servicios que precisaban, los que no podían acceder a estos servicios tenían que recurrir a los servicios sociales, pero el estado primero verifica que no tienes recursos, incluso invadiendo su intimidad, robándoles de nuevo la dignidad. Este punto lo recuerda **Malcom X** en sus memorias, cuando no entendía porque su madre aceptaba de tan mal grado los sacos de patatas, latas de conservas o pedazos de carne que les proporcionaba los servicios sociales... lo entendió años después, a su madre le estaban robando su dignidad.

## 2.2 La economía improductiva

Cuando la riqueza no proviene de la producción de bienes o servicios y proviene de movimientos especulativos de capital es totalmente improductiva, no aporta ningún bien o servicio. La especulación es una interpretación torticera de una herramienta de intercambio: el dinero. Y esto es debido al valor absoluto que se le ha otorgado, sin que esté asociado a ningún otro valor como el respeto al medioambiente (por ejemplo): 100€ obtenidos sin respetar el medioambiente debería de tener un valor absoluto menor (penalizado con la fiscalidad), y 100€ obtenidos de forma respetuosa con el medioambiente conserva su valor absoluto.

Según Max Otte<sup>10</sup>, *“la mayoría de las naciones industrializadas gravan hoy las rentas de capital, como intereses, dividendos y ganancias especulativas, sustancialmente menos que las rentas del trabajo, que en Alemania llegan ahora al 25%. El trabajo, incluyendo las contribuciones sociales, se grava en un porcentaje de casi el 50%. La consecuencia: se favorece a los ingresos improductivos y se perjudica al trabajo productivo. [...] Además, un inversor financiero a menudo obtiene créditos más rápidos y sustancialmente más baratos que una empresa productora. [...] Quien coloca mucho dinero propio en una empresa o una sociedad de inversión y debe responder por ello, se comportará por regla general de un modo más responsable que alguien que trabaja sobre todo con dinero ajeno y prestado. Pero la oligarquía*

<sup>9</sup> Tony Judt, del libro de “Algo va mal”. Pp 38-39

<sup>10</sup> Max Otte es profesor en el instituto de ciencias aplicadas de Worms, dirige el Centro de inversión de valores y es gestor independiente de fondos.

*financiera ha conseguido que precisamente los bancos de inversión y las sociedades financieras especulativas apenas deban presentar capital propio y en cambio puedan especular casi sin límites con dinero ajeno”.*<sup>11</sup>

Un dato que ilustra muy bien el párrafo anterior es el hecho de que en Alemania, la fortuna de los ricos aumentó entre 1998 y 2010, de 3,1 billones a 4,9 billones de euros (un incremento de la riqueza de más del 50% en una sola década... sin producir nada, salvo deuda y pobreza a los demás).<sup>12</sup>

### 2.3 La gran mentira

La clase política, a través de los medios de desinformación nos quieren hacer creer que las causas de la actual crisis es la insostenibilidad de los servicios públicos. A este respecto Stéphan Hessel se pregunta: *“¿cómo puede ser que actualmente no haya suficiente dinero para mantener y prolongar estas conquistas cuando la producción de riqueza ha aumentado considerablemente desde la Liberación, un periodo en el que Europa estaba en la ruina? [...] por que los bancos, privatizados, se preocupan en primer lugar de sus dividendos y de los altísimos sueldos de sus dirigentes, pero no del interés general”.*<sup>13</sup>

Como ya hemos visto anteriormente, fue a partir de los 80 cuando empezó a identificarse el credo liberal como sinónimo de progreso, y que poco tardamos en creer que todos podíamos a enriquecernos más que los demás (desde el punto de vista de la lógica, esta afirmación no se sostiene... pero ahí estaba). La celeridad con la que todo ocurría imprimía en el tiempo una falsa antigüedad, como si esos principios hubieran estado presentes “toda la vida”, que era “lo normal”... como decía Maquiavelo: *“La antigüedad y continuidad del dominio apagan las memorias y los motivos de innovaciones”.*<sup>14</sup>

### 2.4 La pérdida de valores

Hablamos pues de valores, y más concretamente de la pérdida de los valores humanos. Lo más grave y lo más destructivo para una civilización es, en opinión de José Luis Sampedro, la pérdida de los valores morales superiores, y con ello, de las más altas referencias para la conducta humana.<sup>15</sup>

Sampedro achaca esta pérdida de valores al progreso, que si bien *“... ha mejorado las condiciones de vida de parte de la humanidad, ha influido muy poco en el perfeccionamiento de los individuos. [...] En suma, diez en técnica y cero en humanismo.”*<sup>16</sup>

Tengamos en cuenta lo que dijo en su día el padre de la economía moderna **Adam Smith**: *“Ninguna sociedad puede prosperar y ser feliz si la mayoría de sus miembros son pobres y desdichados”*, e introduzcamos pues un nuevo valor, la felicidad, pero... ¿se puede medir la felicidad?, según **Christian Felber** sí. En su **Economía del Bien Común**<sup>17</sup>

<sup>11</sup> Max Otte del libro “¡Frenad el desastre del Euro!”, Pp 25-27

<sup>12</sup> Max Otte del libro “¡Frenad el desastre del Euro!”, Pag 42

<sup>13</sup> Stéphan Hessel, del libro “INDIGNAOS!”, Pag. 25

<sup>14</sup> Nicolas Maquiavelo. De su obra fechada en 1513 “El príncipe”. Pag. 7

<sup>15</sup> Pag 18 de “REACCIONA”

<sup>16</sup> Pag 17 de “REACCIONA”

<sup>17</sup> [www.economia-del-bien-comun.org](http://www.economia-del-bien-comun.org)

propone un sistema de auditorias a las empresas que incorporen valores humanos a su funcionamiento intrínseco, se trata de una segunda generación de Responsabilidad Social Corporativa, la primera RSC está agotada por haberse pervertido su uso, quedando reducida a una mera operación de marketing para “lavar la cara” de las empresas.

### 3. El Emprendimiento Social como punto de partida

Según Zahra, Gedajlovic, Neubaum&Shulman (2009)<sup>18</sup>: *“el Emprendimiento social abarca las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora”*.

Mair y Schoen (2006) analizaron varios casos de emprendimientos sociales exitosos y reconocieron en ellos unas pautas de comportamiento comunes: *“los recursos estratégicos fueron parte integral de sus modelos de negocio. En lugar de simplemente posicionarse en un punto específico de la cadena de valor de una industria, proactivamente creaban su propia red de valor social con organizaciones que compartían su visión social. Y estos emprendimientos integraban a sus beneficiarios o público objetivo a su red de valor social durante las etapas iniciales del emprendimiento”*.<sup>19</sup>

Shair y Lerner (2006) identificaron como segundo factor de relevancia en el éxito de los emprendimientos sociales: La dedicación total al emprendimiento que se deriva de la determinación y convencimiento del emprendedor en la necesidad de la misión que busca alcanzar.

Como tercer factor más determinante, los autores subrayan que el capital disponible en las primeras etapas es doblemente importante dado que, a diferencia de los emprendimientos económicos, los emprendimientos sociales aún no poseen el capital necesario durante la etapa de iniciación. A este respecto, hay que destacar la reciente aparición de grupos de inversión que solo invierten en proyectos sociales, por lo que presentando un buen modelo económico, estudio de viabilidad y fines sociales que se pretenden conseguir, esta dificultad puede no serlo tanto.

Por último, mencionar una conclusión común sobre emprendimiento social a la cual llegan todos los autores antes mencionados: cuando recursos económicos, sociales y medioambientales convergen y además van acompañados de una movilización social, dan paso a nuevas oportunidades, de tal manera que nuevos emprendimientos sociales sean viables.<sup>20</sup> Es decir, se crea tendencia en el mercado.

### 4. El emprendedor Social

Para poder abarcar el campo del emprendimiento social, se hace necesario definir la figura del emprendedor social, parte fundamental del proceso de emprendimiento social y que autores como Mair & Martí definen de la siguiente forma: *“los emprendedores sociales poseen rasgos muy especiales, pasión por alcanzar su visión, capacidad de liderazgo y una fibra ética muy fuerte”*.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Zahra et al.,2009 Pag 522

<sup>19</sup> Patricia Moreira y Lourdes Urriolagoitia. Revista “Tercer sector”, n° 17, pp 23-27

<sup>20</sup> Patricia Moreira y Lourdes Urriolagoitia. Revista “Tercer sector”, n° 17, pag. 28

<sup>21</sup> Mair& Martí, 2006

El emprendedor social pone en marcha una iniciativa que partió de insertarse en la sociedad mejor posicionada económicamente y acaba revertiendo sus beneficios en la parte de la sociedad más vulnerable y en riesgo de exclusión social.

Martín y Osberg<sup>22</sup> nos dicen que el emprendedor social identificará una oportunidad de crear algo nuevo y tendrá la capacidad de romper el actual equilibrio y crear uno nuevo. Los autores destacan que el emprendedor social no busca optimizar el sistema actual mediante ajustes limitados, más bien desarrolla una manera totalmente nueva e innovadora de enfrentar el problema rompiendo radicalmente la estabilidad del equilibrio actual. Así, el emprendedor social forjará un equilibrio nuevo y estable que alivia el sufrimiento del grupo definido. Forjará además, a través de la imitación y la creación de un ecosistema estable alrededor del nuevo equilibrio, un futuro mejor para el grupo definido e incluso la sociedad en su conjunto.

Referencia: <https://www.youtube.com/watch?v=0hnhsi-PWS0>

## 5. Economía Triple B

Existen en el mercado actual auditores que ofrecen la calificación “B” a las empresas socialmente responsables. La calificación de “economía B” se posiciona como denominación contrapuesta a la tan codiciada calificación triple A, máxima calificación que nos ha traído hasta aquí.

Pero la economía solo tendrá futuro si las personas recuperan el centro de sus acciones y desplazan a la divisa, que actualmente ocupa ese valor central de la economía. En este punto deberíamos recordar una obviedad: el dinero es una herramienta de medida que facilita el intercambio de bienes y servicios, dichos bienes y servicios responden a las necesidades de las personas... ¿cómo ha sido posible que la herramienta para obtener el fin tenga más valor que el propio fin?

¿Y cómo revertir esta situación? ¿por dónde “se mete la tijera”? Solo hay una forma: la sensibilización y la concienciación social de que algo hay que hacer para parar esta escalada de locura colectiva. Creo que en este punto todos estamos de acuerdo, pero ¿Cuáles son las medidas concretas a tomar? Pues impulsar emprendimientos que comporten:

1. Beneficio Económico
2. Beneficio Social
3. Beneficio Medioambiental

Toda iniciativa económica ha de contemplar estos tres beneficios para que sea sostenible. Y aquí nos encontramos con una dificultad aparentemente insalvable: el BENEFICIO neto se divide en tres partes, por lo que el beneficio económico se reduce a un tercio, y la actual coyuntura hace que este principio no lo puedan aplicar todas las empresas y por tanto no es económicamente viable.

## 6. La Economía de los Valores: justificación de la necesidad

Durante los últimos 25 años estamos asistiendo a un crecimiento **insostenible** en la producción de bienes de consumo a nivel global, y se hacen necesarias iniciativas que

---

<sup>22</sup> Martín & Osberg, 2007

reduzcan esta tendencia. El artículo 29 de la Directiva Marco de Residuos<sup>23</sup> (Directiva 2008/98/CE) introduce como orden de prioridad aplicable en materia de prevención y gestión de residuos la "jerarquía de residuos", donde la primera opción deseable es la **prevención**. Es decir, hay una clara apuesta por el alargamiento de la vida útil de los objetos, luchando así contra algo más pernicioso que la obsolescencia programada: **la obsolescencia percibida**. Esta obsolescencia es más peligrosa si cabe que la programada, ya que induce a las personas a consumir sin una necesidad real, lo cual provoca a su vez una mayor generación de residuos.

Y si hablamos sobre el actual modelo de financiación de las ONGs, en el que según las conclusiones del estudio realizado por Eroski Consumer<sup>24</sup> se constata que de media cubren el 50% de su financiación con dinero público. Otro dato relevante sobre la actual situación en el Tercer Sector de Acción Social, es que **AECID** (Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo) **reduce en un 66% las ayudas a las ONGs**, según publica el Boletín Oficial del Estado (BOE)<sup>25</sup>

Todas estas circunstancias (modelo económico carente de valores, impacto medioambiental y falta de financiación de las ONGs), ponen de manifiesto la necesidad de repensar un modelo nuevo modelo económico que tenga en cuenta todos estos aspectos.

## 7. Presentación de RastroSolidario ONGD

La Asociación RastroSolidario se constituyó en Valencia el 1 de julio del 2011 con el fin de diseñar herramientas económicamente sostenibles, que dotaran de recursos económicos a todas las ONGs a la vez (*Fundraising Colectivo*), al mismo tiempo que generamos un impacto medioambiental positivo, sensibilizamos y fomentamos la educación en valores.

RastroSolidario, con NIF G98365281 está:

1. Acogida a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las ENL y de incentivos al mecenazgo.
2. Inscrita en el Registro de Asociaciones de la CV con fecha 24/10/2011 y con nº CV-01-048862-V.
3. Inscrita en el Registro de Agentes de la cooperación internacional al desarrollo de la CV con fecha 21/06/2012 y con nº 368.
4. Inscrita en el Registro de Entidades de Voluntariado con fecha 27/06/2012 y con nº CV-04-051735-V.
5. Inscrita en el Registro de organizaciones no gubernamentales al desarrollo (AECID) con fecha 20/07/2012.
6. Incorporada a la Plataforma del Voluntariado de la Comunidad Valenciana (PVCV) desde enero del 2014.
7. Reconocida por parte de la Agencia Tributaria como Entidad de Carácter Social con fecha 02/09/2016.

---

<sup>23</sup> Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

[http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/publicaciones/INFORME\\_MAGRAMA\\_PREVENCION\\_05062013\\_tcm7-287201.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/publicaciones/INFORME_MAGRAMA_PREVENCION_05062013_tcm7-287201.pdf)

<sup>24</sup> <http://ong.consumer.es/conclusiones/>

<sup>25</sup> Fuente: Europapress, <http://www.europapress.es/epsocial/ong-y-asociaciones/noticia-aecid-reduce-66-grandes-subvenciones-ong-desarrollo-20131106121054.html>

## 8. Valores con los que diseñar Emprendimiento Social

Son muchos los Valores con que cuenta el ser humano para relacionarse con sus semejantes y su entorno. Todos son muy importantes, no obstante hemos priorizado el cumplimiento de cinco de ellos por su especial relevancia en las relaciones comerciales y económicas. A continuación describimos los Valores fundamentales en el Emprendimiento Social según RastroSolidario:

1. **El impacto social** lo definimos mediante el concepto de *Fundraising Colectivo*: capacidad que tiene un emprendimiento de generar recursos para las ONGs.
2. **Sostenibilidad Económica**: Es la capacidad que tiene un emprendimiento de asegurar su propia viabilidad económica sin ayuda externa.
3. **Impacto ecológico**: Es la capacidad que tiene un emprendimiento de incidir positivamente en el medioambiente.
4. **Sensibilización/participación**: Es la capacidad que tiene un emprendimiento para dar a conocer las causas por las que lucha y animar en la participación.
5. **Formación en Valores/trabajo inclusivo**: Es la capacidad que tiene un emprendimiento de educar en hábitos social y medioambientalmente responsables, así como la de fomentar el trabajo inclusivo.

## 9. Medición del grado de cumplimiento de los Valores

Para poder evaluar el cumplimiento en Valores de los diferentes Emprendimientos Sociales propuestos, adoptamos el siguiente criterio de puntuación por “corazones” con el fin de poder determinar su grado de cumplimiento.



Máximo cumplimiento del valor del Emprendimiento Social



Valor de especial relevancia en el Emprendimiento Social



Valor que se da en el Emprendimiento Social de forma complementaria

El grado de relevancia del Valor se determina a través de unos subítems, cuyo cómputo establecerá el nº de corazones otorgado: 0-33% = 1, 34-66% = 2, 67-100% = 3.

**Índice RS**: Determina el grado de cumplimiento de los Valores propuestos en cada uno de los Emprendimientos Sociales: nº de corazones obtenidos/15.

**Calidad RS**: Determina el grado de cumplimiento en uno de los Valores propuestos por parte del conjunto de Emprendimientos Sociales: nº de corazones obtenidos/45.

## 10. Tabla resumen de Emprendimientos en RastroSolidario

Con el fin de facilitar al lector una visión global de los conceptos mencionados, así como una aproximación semántica al tipo de Emprendimientos Sociales que se describirán en esta comunicación, sirva esta tabla resumen como guía para su mejor comprensión.

Hemos distinguido entre *EXPERIENCIAS*, aquellas iniciativas ya en funcionamiento y que por tanto han superado el demoledor rasero del mercado, y en *PROYECTOS* a las que aunque ya están planteadas e incluso alguna de ellas testadas, no se las ha dotado de continuidad por falta de recursos humanos.

VALORES / EMPRENDIMIENTOS	Fundraising Colectivo	Sostenibilidad Económica	Impacto Ecológico	Sensibilización /Voluntariado	Formación/ Inclusión	Índice RS	% RS
<b>EXPERIENCIAS</b>							
Segunda Mano	♥♥♥♥	♥♥	♥♥♥♥	♥	♥	10/15	67 %
RopaSolidaria	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥	♥	11/15	73 %
AceiteSolidario	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥	♥♥♥♥	14/15	93 %
<b>PROYECTOS</b>							
SolidaryBag	♥♥	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥	♥♥♥♥	13/15	87 %
RS_Academics	♥♥♥♥	♥♥♥♥	- - -	♥	♥♥	9/15	60 %
DoYouCan.org	♥♥	♥♥♥♥	- - -	♥♥♥♥	♥	9/15	60 %
Libros x Alimentos	♥♥	- - -	♥♥	♥♥♥♥	♥♥	9/15	60 %
Donado.org	♥♥	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥	♥	11/15	73 %
Publicidad con Valores	♥	♥♥♥♥	♥	♥♥	♥♥	9/15	60 %
Croqueta Solidaria	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥	♥♥	♥♥♥♥	12/15	80 %
<i>Índice RS</i>	24/30	26/30	19/30	19/30	19/30	<b>MEDIA</b>	<b>71,3%</b>

## 11. Descripción de cada uno de los Emprendimientos

Los emprendimientos que a continuación se describen tienen todos como elementos comunes el ser:

- **De base tecnológica:** utilizamos el potencial de las nuevas tecnológicas como estructura misma en su funcionamiento.
- **De alta replicabilidad:** capaces de adaptarse a las particularidades de los diferentes entornos económicos en que se puedan implantar.
- **Escalables:** diseñadas para poder beneficiar a las actuales 75 ONGs.
- **De gran impacto social:** Capaz de situar de nuevo al ser humano en el centro de la economía, haciendo que ésta contemple además del Beneficio económico, el Beneficio social y el Beneficio medioambiental: **modelo económico Triple B.**

## EXPERIENCIAS

### 12.1 Segunda Mano Solidaria

Fue la primera de nuestras iniciativas y la pionera en demostrar que el concepto de **Fundraising Colectivo** fuera posible. Se trata de una web de anuncios clasificados en el que se dona una parte (10%, 20%, 30%, 50% o 100%) del precio de venta a la ONG que se escoja dentro de las adscritas a RastroSolidario.

#### 12.1.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

Segunda Mano Solidaria es una propuesta de alto impacto ecológico y capacidad de sensibilización, ya que te permite prolongar la vida útil de los objetos que ya no usas al mismo tiempo que ayudas a financiar a las ONGs de acción social

**Los artículos que encontrarás en RastroSolidario son únicos. ¡NO TE PIERDAS ESTA OPORTUNIDAD!**

**casita de muñecas 11 €**

10% SOLIDARIO ONG beneficiaria: **Ayuda a la Infancia sin recursos (AIS)** **Comprar**

**Sobre el vendedor:**  
**Erika 13**  
**Valladolid (Valladolid)**  
 Votos positivos: 0% Nº de votos: 0

**Pregunta al vendedor**

**Casita de muñecas, se abre para poder meter las muñecas. Ideal para niñas de 2 años.**

**Comparte este artículo** **Compartir**

*Ficha de artículo en la web de Segunda Mano Solidaria. Elaboración propia*

### 12.1.2 ¿Cuál ha sido el impacto del trabajo hasta el momento?

Desde el punto de vista cualitativo la iniciativa ha tenido una muy buena acogida, ya que han sido hasta la fecha (10/09/2016) 74 ONGs las que han solicitado su incorporación, y 4 más están en proceso de incorporación.

Desde el punto de vista cuantitativo los resultados no han sido lo buenos que deberían, y esto se debe principalmente a nuestra inexperiencia en el e-commerce:

- i. Número de usuarios registrados: 6.547
- ii. Número de operaciones realizadas: 520
- iii. Importe recaudado a favor de las ONGs: 2.450€

### 12.1.3 Estrategia de expansión

Actualmente estamos rediseñando la iniciativa, en la que además de una web con mayor usabilidad y mejor experiencia de cliente, proporcionaremos el servicio de transporte con unos precios sin competencia en el mercado, lo cual permitirá una mayor fluidez en las transacciones y por tanto mejores resultados.

### 12.1.4 Resultados esperados en 5-10 años

A medio plazo esperamos ser la plataforma de referencia en la compra venta de artículos usados, así como una herramienta verdaderamente efectiva de recaudación de fondos para las ONGs, en la que éstas puedan participar de forma activa en su propia sostenibilidad económica al mismo tiempo que realizan acción social. Sabemos que con la voraz competencia en este sector de mercado (Amazon, ebay, Wallapop, Vibbo...) va a ser casi imposible. Confiamos en que solo sea "casi", lo de imposible no supone ningún problema adicional teniendo en cuenta a qué nos dedicamos

### 12.1.5 ¿Cómo funciona?



#### *Esquema funcionamiento de Segunda Mano Solidaria. Elaboración propia*

Referencia: <https://www.youtube.com/watch?v=3QGfK2yJfyI>

### 12.1.6 Cumplimiento de la Economía de los Valores

#### i. Fundraising Colectivo

Cualquier ONG adscrita a RastroSolidario puede beneficiarse de los donativos que a través de ella se generan.

#### ii. Sostenibilidad Económica

El donativo generado se comparte al 50% con RastroSolidario, pero para que esta iniciativa sea sostenible por si sola sin ayuda externa precisa de una gran volumen de transacciones.

#### iii. Impacto Ecológico

Estamos reduciendo el nº de artículos que acabaría en la basura por no poder encontrar una vía sencilla de darles una segunda vida. Además se fomenta el consumo responsable y por tanto ayudamos a regular la fabricación de nuevos artículos.

#### iv. Sensibilización y participación

El usuario ha de escoger una organización a la cual hacer beneficiaria del donativo generado, y esto le permite el conocimiento de la labor de las distintas entidades sociales, y por tanto sensibilizarlo con causas que en un principio ni si quiera se había planteado.

#### v. Formación en valores y trabajo inclusivo

Se fomenta una forma de consumo más responsable, en el que no solo cuenta el precio de lo que se compra, sino el valor añadido que supone dicha compra.

**Segunda Mano Solidaria** obtiene calificación de 10 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 67%**.

## **12.2 RopaSolidaria**

Recogida de ropa usada mediante contenedores de cartón dispuestos en pequeño y mediano comercio, donde el donante obtiene un vale descuento para comprar en dicho establecimiento, con lo que les estamos proporcionando al empresario potenciales clientes de su barrio, al mismo tiempo que facilitamos la recogida de ropa usada a beneficio de la ONG que el comerciante haya escogido.

### **12.2.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?**

RopaSolidaria es una iniciativa que contribuye al fortalecimiento del comercio de proximidad a través de una buena acción (donación de ropa).

### **12.2.2 ¿Cómo funciona?**

1. El donante de ropa encuentra en la aplicación web de RopaSolidaria.org los comercios más próximos a su ubicación donde poder depositar su ropa usada.
2. Una vez deposita la ropa en el contenedor del comercio elegido, el comerciante le obsequiará con un descuento o promoción (el que él elija) al donante como recompensa a su buena acción.
3. Cuando el contenedor de ropa esté lleno, el comerciante generará una alerta en la aplicación y el gestor logístico acude para su vaciado.
4. Se procede a la valorización de la ropa recolectada y descontados los costes logísticos se transfiere el dinero a la ONG beneficiaria

### **12.2.3 ¿Cuál ha sido el impacto del trabajo hasta el momento?**

En un principio los contenedores los disponíamos en las sedes de las ONGs para que pudieran obtener ingresos mediante la captación de ropa usada, por lo que el planteamiento no era el mismo aunque precisa de la misma gestión. No obstante nos ha permitido testar el grado de aceptación del donante que prefiere depositar la ropa usada en contenedores de interior en lugar de en los contenedores dispuestos en vía pública.

Hasta la fecha hemos conseguido reciclar más de 12 toneladas de ropa, y generado más de 6.000 € en donaciones a distintas ONGs actuando solo en la ciudad de Valencia.

### **12.2.4 Estrategia de expansión**

Por medio de las asociaciones de comerciantes iremos dando a conocer esta iniciativa con el triple objetivo de fomentar el comercio local, recuperar el máximo posible de ropa para valorizarla y financiar a las ONGs de acción social.

### **12.2.5 Resultados esperados en 5-10 años**

Esperamos haber podido completar la puesta de contenedores en las grandes ciudades de la Comunidad Valenciana, así como en las capitales de provincia del resto de España. Gestionar 300 toneladas de ropa usada al mes, y generar 100.000 €/mes en

donaciones (50% para la ONG beneficiaria y 50% para el sostenimiento de RastroSolidario).

## 12.2.6 Cumplimiento de la Economía de los Valores

### i. Fundraising Colectivo

Cualquier ONG adscrita a RastroSolidario puede beneficiarse de los donativos que a través de ella se generan.

### ii. Sostenibilidad Económica

El donativo generado se comparte al 50% con RastroSolidario, y en la primera fase de RopaSolidaria se amortizó el coste de los contenedores el primer mes de recogida, por lo que está inici no solo es sostenible en sí misma

### iii. Impacto Ecológico

Al incrementar el número de puntos de recogida, se incrementa el nº de toneladas de ropa usada recolectada, por lo que reducimos el volumen de residuo urbano al tiempo que prolongamos la vida útil de la ropa usada.

### iv. Sensibilización y participación

Que las ONGs estén presentes en el pequeño comercio local, acerca el conocimiento de su actividad social a la población, y les anima a donar la ropa por su causa.

### v. Formación en valores y trabajo inclusivo

Se anima a la práctica de estos hábitos socialmente responsables y se colabora en la sostenibilidad del pequeño comercio.

**RopaSolidaria** obtiene una calificación de 11 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 73%**.

## 12.3 AceiteSolidario

Recogida de aceite usado de origen vegetal con fines sociales en toda España (islas incluidas). Gracias a los acuerdos alcanzados con gestores de residuos, podemos ofrecer este servicio integral de recogida y valorización del residuo, el cual valorizamos a razón de 250€/tonelada y compartimos con la ONG beneficiaria recogida por el donante.

### 12.3.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

Los establecimientos hosteleros tienen la obligación de contar con un gestor autorizado de residuos que les recoja el aceite usado, pero este aceite recuperado para la elaboración de Biodiesel representa sólo el 20% del aceite usado que se podría recuperar, por lo que fácilmente se deduce que el 80% proviene de los hogares y este se recicla en un porcentaje muy bajo, contaminando así nuestras aguas a razón de 1.000 litros por cada litro de aceite vertido.

La solución que proponemos a través de AceiteSolidario es la recogida conjunta de aceite usado de las cocinas profesionales y domésticas, de tal forma que la alta rentabilidad de unas (las profesionales) cubran los costes logísticos de la recolección de aceite de origen doméstico.

Con el fin de dotar de viabilidad económica a AcetieSolidario, en recientes convenios suscritos con ayuntamientos se ha acordado la instalación de un contenedor en la comunidad de vecinos que lo solicite por cada hostelero incorporado a la iniciativa.

Calle, número, ciudad, código postal, país

**13437**

Kg aceite usado

**2687**

Donación generada

**SH Valencia  
Palace**

1424 Kg

**Comidas "La  
Caçoleta"**

182 Kg

**Bar "El Endrino"**

243 Kg

**Rte. Blanquerías**

1474 Kg

### Resultados obtenidos a 1/07/2016

#### 12.3.2 ¿Cómo funciona?

1. Bien a propuesta nuestra, bien a petición suya, el hostelero se incorpora a la iniciativa de AceiteSolidario para que les recojamos el aceite usado y proporcionemos albarán de entrega donde se justifique la retirada de los Kg del residuo.
2. Redactamos el acuerdo de aceptación de residuos donde figuran los datos de:
  - a. La empresa donante del residuo
  - b. La empresa gestora autorizada conveniada con RastroSolidario para su recogida en ese área geográfica.
  - c. La ONG promotora de la iniciativa (RastroSolidario)
  - d. La ONG beneficiaria escogida por el donante, de entre las adscritas en ese momento a RastroSolidario.
3. Las empresas gestoras de residuos nos envían los datos sobre las recogidas de aceite, datos que son cruzados con la información que nos proporcionan los hosteleros. Mensualmente emitimos una factura (con su correspondiente IVA) en concepto de "servicio de captación de aceite usado", a cada uno de los gestores por los Kg que hayan recogido a nuestros donantes.
4. Trimestralmente liquidamos los importes acumulados con la ONG beneficiaria.

5. Todos los datos sobre las recogidas (por fecha y establecimiento), están publicados en nuestra web, por lo que todas las partes tienen información sobre las gestiones efectuadas.
6. Anualmente informamos a la Agencia Tributaria de las donaciones en especie (aceite usado) que ha hecho cada hostelero, con la correspondiente emisión de certificado de donaciones.



*Esquema funcionamiento de AceiteSolidaria. Elaboración propia*

### 12.3.3 ¿Cuál ha sido el impacto del trabajo hasta el momento?

Los resultados el primer año son esperanzadores, ya que además de contar con una red nacional de gestores de residuos, son más de 90 los establecimientos que se han incorporado a la iniciativa, gracias a los cuales hemos recolectado más de 10 toneladas de aceite y generado por tanto 2.600 € de donativo, el cual compartimos al 50% con la ONG beneficiaria que haya escogido el hostelero.

### 12.3.4 Estrategias de expansión

Las estrategias que estamos usando para la captación de nuevos donantes son:

1. Por relevancia en internet, trabajando en nuestro posicionamiento SEO, gracias al cual los hosteleros que precisan el servicio de retirada del residuo contactan con nosotros.
2. Con la cooperación de las ONGs adscritas, las cuales nos referencian puntos de recogida en la que ellos serán los beneficiarios.
3. Con la colaboración del voluntariado

4. Con acuerdos con la administración local, en la que proporcionamos el servicio de recogida de aceite usado en vía pública, y les hacemos beneficiarios del 50% de la valorización para acción social en su propio municipio.
5. Con la organización de MasterClass impartidas por cocineros de relevancia internacional, los cuales son capaces de convocar a un gran número de hosteleros, a quienes informaremos sobre la iniciativa de AceiteSolidario y se les animará a formar parte.

### 12.3.5 Resultados esperados en 5-10 años

Esperamos la incorporación de los hosteleros a un ritmo de 100 establecimientos/año, por lo que serán 1.000 establecimientos incorporados en 10 años. Esto supondrán 1.000 toneladas de aceite usado recolectado que habrán generado 200.000 € en donativos, y habrá permitido que podamos recuperar 250 Toneladas de aceite usado de origen doméstico, preservando así el medioambiente y reduciendo el coste de depuración de las aguas residuales.

### 12.3.6 Cumplimiento de la Economía de los Valores.

#### i. Fundraising Colectivo

Cualquier ONG adscrita a RastroSolidario puede beneficiarse de los donativos que a través de ella se generan.

#### ii. Sostenibilidad Económica

Como en todas las iniciativas donde se genera un donativo, éste se comparte al 50% con RastroSolidario. Y lo que hace especialmente atractiva esta iniciativa, es que es una forma recurrente de generar donativos para las ONGs sin gestión alguna por su parte.

#### iii. Impacto Ecológico

Si bien es cierto que el aceite usado que se recoge, ya se recogía antes, no es menos cierto que gracias a esta iniciativa se han incorporado donantes que sencillamente no hacían una gestión adecuada del residuo. Por otro lado, la puesta en marcha de la recogida de aceite usado a domicilio evita su vertido en la red de saneamiento público, y por tanto reduce su tratamiento en las depuradoras.

#### iv. Sensibilización y participación

AceiteSolidario consigue sensibilizar a los empresarios hosteleros, uno de nuestros grupos de interés con mayor capacidad de impulsar este modelo de Emprendimiento Social. Por otra parte sensibilizamos a ayuntamientos y a la población con la recogida a domicilio de aceite usado.

#### v. Formación en valores y trabajo inclusivo

Uno de los puntos más fuertes que tiene AceiteSolidario es la colaboración con el colectivo de personas con discapacidad intelectual. Mediante la formación adaptada a este colectivo (con la ayuda de los profesionales que les acompañan) serán ellos mismos quienes presenten la iniciativa a los hosteleros. Este programa de trabajo inclusivo les permitirá adquirir habilidades en el mundo laboral y ser parte activa en el sostenimiento de sus entidades.

**AceiteSolidario** obtiene una calificación de 14 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 93%**.

## PROYECTOS

### 12.4 SolidaryBag

Bolsas reutilizables para el almuerzo y merienda como alternativa a los envoltorios de plástico y de papel de aluminio o en ámbito escolar. SolidaryBag se confecciona en talleres formados por mujeres en riesgo de exclusión social, y se estampan en centros de atención a personas con discapacidad intelectual.

#### 12.4.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

Con esta iniciativa queremos eliminar el uso del papel de aluminio en ámbito escolar. Con la excusa de su alto poder de conservación nos han hecho creer que su uso es vital para nuestra salud. Y esta afirmación no sólo no es cierta, sino que no se informa de que hace más de 40 años que se demostró la relación directa entre depósitos de aluminio en el hipotálamo con la enfermedad de Alzheimer.

#### 12.4.2 ¿Cómo funciona?

1. Grandes diseñadores ceden el uso de sus dibujos para apoyar esta iniciativa, lo cual les permite también ganar en visibilidad. SolidaryBag es el soporte del siglo XXI para el arte, ya que además de belleza se incluyen valores como sostenimiento medioambiental y solidaridad. El beneficio que se obtiene por la venta de SolidaryBag (a través de la página web o en promociones exclusivas a colegios) contribuye al sostenimiento de RastroSolidario.

2. Talleres en las que se emplea a mujeres en riesgo de exclusión social son las que confeccionan SolidaryBag, después pasan a estampación, donde con ayuda del personal formador de cada centro ocupacional, se ilustran de forma artesanal.



*Modelos diseñados por RastroSolidario, Manitas de Plata <sup>26</sup> y Vagamundos <sup>27</sup>*

<sup>26</sup> <http://manitasdeplata.es/>

<sup>27</sup> <http://vagamundos.com/>

### 12.3.1 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica 
- iii. Impacto Ecológico 
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

**SolidaryBag** obtiene una calificación de 13 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 87 %**.

## 12.4 RS\_Academics

Web de contratación de cursos donde se genera un donativo del 30% sobre el precio de compra, además de obtener cursos gratuitos para las ONGs.

### 12.4.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

Cubrimos una de las principales carencias que tienen actualmente las medianas y pequeñas entidades sociales: la formación de sus trabajadores y/o voluntarios en materia tecnológica, habilidades comunicativas e idiomas.

### 12.4.2 ¿Cómo funciona?

1. Gracias a los acuerdos alcanzados con distintas empresas de formación, ofertamos en RS\_Academics cursos con una bonificación del 10% sobre el coste real del curso.
2. El potencial contratante tiene toda la información en la web de RS\_Academics y si decide comprar el curso, lo hace a través de la pasarela de pago de la propia web (TPV, Paypal).
3. En el proceso de compra ha de elegir una ONG beneficiaria, a la cual se destinará el 50% del donativo generado y un curso gratis de idénticas características al que ha contratado.
4. La empresa que imparte el curso escogido facilitará a contratante y a ONG beneficiaria los medios necesarios para poder seguir el curso contratado.
5. RastroSolidario liberará el importe del curso (deducido el 30% del donativo generado) contra factura que emite la empresa formadora en concepto de “servicio de comercialización”
6. RastroSolidario transfiere el 50% del donativo generado a la ONG beneficiaria.

### 12.4.3 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica 
- iii. Impacto Ecológico
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

**RS\_Academics** obtiene una calificación de 9 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 60%**.

## 12.5 DoYouCan.org

Servicio de contratación de cuidado de mascotas a beneficio de las protectoras de animales, prestado por sus propios voluntarios.

### 12.5.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

El problema que intenta solucionar es la crónica carencia de medios económicos para hacer frente a un problema social cada vez más agudizado: el abandono de mascotas.

### 12.5.2 ¿Cómo funciona?

Ya existen en el mercado servicios de este tipo, por lo que queda constatada la necesidad. La diferencia es que quienes prestan este servicio es el voluntariado de las protectoras de animales, verdadera fortaleza de estas organizaciones que está infrautilizada. Su funcionamiento es análogo al de las otras plataformas que cubren la misma necesidad:

- Se publica información sobre los cuidadores, ubicación, sitio disponible para su cuidado, valoración por parte de clientes...
- El usuario contrata los servicios del cuidador seleccionado a través de la plataforma (TPV, Paypal), y se libera el beneficio como donativo a la protectora de animales donde el voluntario preste su ayuda.

### 12.5.3 Cumplimiento de la Economía de los Valores:

- Fundraising Colectivo 
- Sostenibilidad Económica 
- Impacto Ecológico
- Sensibilización y participación 
- Formación en valores y trabajo inclusivo 

**DoYouCan** obtiene una calificación de 9 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 60%**.

## 12.6 Libros x Alimentos

Programa de abastecimiento continuo de Bancos de Alimentos en el que se utilizan libros usados como moneda para el intercambio.

### 12.6.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

1. Los Bancos de Alimentos necesitan abastecimiento continuo de existencias (comemos todos los días, ¡y varias veces además!).
2. Todos tenemos libros que nos gustaría donar y no que acabaran como pasta de papel (en el mejor de los casos).

### 12.6.2 ¿Cómo funciona?

Usando la filosofía de “2 problemas = 1 solución”, Libros x Alimentos propone disponer un mini-stand en el acceso a los supermercados donde se puedan depositar donaciones de libros, y quien quiera hacerse con uno de estos libros ha de depositar 1 Kg

de alimento para el Banco de alimentos de su barrio. Este programa se llevará a cabo en periodos no inferiores a un mes por supermercado, y los puntos simultáneos a atender se atenderán en función de la demanda que exista.

Los puntos de Libros x Alimentos estarán atendidos en todo momento por voluntarios del Banco de Alimentos beneficiario, quienes retirarán diariamente los alimentos donados así como de mantener el orden y la pulcritud en la estantería donde se disponen los libros usados.

En caso de que las donaciones de libros superen las de alimentos, un gestor autorizado de residuos pasará a recoger el excedente de libros para su valorización y reciclaje.

### 12.6.3 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica
- iii. Impacto Ecológico 
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

**Libros x Alimentos** obtiene una calificación de 9 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 60%**.

## 12.7 Donado.org

Servicio web de donaciones entre particulares en el que el beneficiario asume los costes logísticos necesarios para que el artículo acabe realmente DONADO.

### 12.7.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

A través de Segunda Mano Solidaria hemos constando que son muchas las ocasiones en las que el usuario no quiere vender su artículo (aunque sea donando el 100% a la ONG escogida como beneficiaria), quieren donarlo.

Pero la donación comporta un coste logístico y administrativo, es decir, donar algo no resulta gratuito y alguien ha de asumir dichos costes. La falta de una solución integral en la trazabilidad de la donación hace que en muchas ocasiones los artículos acaben olvidados en trasteros o en un contenedor de basura. Con Donado.org es el beneficiario el que asume dichos costes y el donante no ha de preocuparse de realizar gestión alguna, ya que es la empresa de mensajería contratada la que se encarga de que el artículo sea efectivamente DONADO.

### 12.7.2 ¿Cómo funciona?

1. El usuario registra sus datos en el sistema y publica el artículo a donar con una completa descripción (incluido imágenes), donde al informar de dimensiones y peso se calcula automáticamente el coste de envío (incluido el coste administrativo por parte de RastroSolidario).
2. El artículo se publica en Donado.org y las ONGs adscritas a RastroSolidario reciben un email con esta nueva donación, por lo que se da prioridad a las entidades no lucrativas para hacerse con estas donaciones.
3. El beneficiario que quiera un artículo publicado en Donado.org, tras registrarse en el sistema, abona los costes que comporta esta donación y activa el protocolo de la empresa de mensajería.

4. La empresa de mensajería contacta con el donante y acuerda día y hora de recogida y lo envía al beneficiario.

### 12.7.3 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica 
- iii. Impacto Ecológico 
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

**Donado.org** obtiene una calificación de 11 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 73%**.

## 12.8 Publicidad con Valores

Manualidades realizadas por personas con discapacidad intelectual sobre soportes que admiten publicidad de empresas. El soporte publicitario escogido ha sido el “punto de libro”, donde por su reverso hay una manualidad (dibujo, colage, frase...) y por su anverso figura la empresa publicitada y el centro que lo ha elaborado.

### 12.8.1 ¿Qué problema principal intenta solucionar?

Publicidad con Valores da la oportunidad de inserción laboral adaptada a personas con discapacidad intelectual en los propios centros de día, donde el trabajo se incluye como valor en la formación de la persona.

### 12.8.2 ¿Cómo funciona?

1. Acudimos a los centros de día y asociaciones de personas con discapacidad intelectual donde impartimos la formación necesaria para la elaboración de los puntos de libro.
2. Presentamos la iniciativa al comercio local con el fin de captar anunciantes (son los que soportan los costes)
3. Facilitamos la composición publicitaria al centro especial, quienes fotocopian en cartulinas de colores, recortan y realizan la manualidad en cada uno de ellos.
4. Tras plastificarlo, preparan el paquete y la empresa de mensajería lo hace llegar a la empresa que se ha publicitado en este soporte.

### 12.8.3 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica 
- iii. Impacto Ecológico 
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

**Publicidad con valores** obtiene una calificación de 11 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 73%**.

## 12.9 Croqueta Solidaria

Comercialización de productos precocinados categoría Gourmet elaborados por la empresa “La Hogareña”, cuya plantilla cuenta con 150 personas con discapacidad intelectual desde hace más de 25 años, y es proveedor de las principales franquicias de restauración a nivel nacional e internacional.

### 12.9.1 ¿Cómo funciona?

1. Cuando una ONG organiza un evento solidario, proponemos a la hostelería próxima que colaboren ofreciendo un pequeño refrigerio en el cual se incluye la “Croqueta Solidaria”.
2. A partir de ese momento, “La Hogareña” será su proveedor de productos congelados, por los que RastroSolidario percibirá una comisión por ventas.
3. RastroSolidario libera el 50% de esta comisión en concepto de donativo a la ONG que ha conseguido el punto de venta de “la Croqueta Solidaria”

### 12.9.2 Cumplimiento de la Economía de los Valores

- i. Fundraising Colectivo 
- ii. Sostenibilidad Económica 
- iii. Impacto Ecológico 
- iv. Sensibilización y participación 
- v. Formación en valores y trabajo inclusivo 

“Croqueta Solidaria” obtiene una calificación de 12 sobre 15 en el cumplimiento de los parámetros basados en la Economía de los Valores, por lo que su **índice RS es del 80%**.

## 12. Conclusión

Todas las iniciativas presentadas tienen como punto en común la participación en mayor o menor medida de administraciones, empresas, ONGs, centros especiales de empleo y sociedad civil. Acabo la presente comunicación citando las reflexiones de tres grandes pensadores y una propia:

- La peor actitud es la indiferencia, decir “paso de todo, ya me las apaño”. Si os comportáis así, perdéis uno de los componentes esenciales indispensables: la facultad de indignación y el compromiso que la sigue.<sup>28</sup>

- Lo más destructivo para una civilización es, en mi opinión, la pérdida de los valores morales superiores y, con ello, de las más altas referencias para la conducta humana. “... Este ocaso es el momento de la acción entre todos porque otro mundo no sólo es posible, es seguro”.<sup>29</sup>

- “Ninguna sociedad puede funcionar si sus miembros no mantienen una actitud ética. Ningún país puede salir de la crisis si las conductas inmorales de sus ciudadanos y políticos siguen proliferando con toda impunidad”.<sup>30</sup>

- En un futuro próximo la economía se regirá por parámetros de sostenibilidad económica, medioambiental y respetuosa con los valores humanos, y esto pasará por que queremos que pase. Si no lo creyera no lucharía por ello, y por tanto no pasaría.

<sup>28</sup> Stéphan Hessel del libro ¡INDIGNAOS!, Pag. 31

<sup>29</sup> José Luis Sampedro, del libro REACCIONA, pp 18 y 23

<sup>30</sup> Adela Cortina, portada del libro “¿Para qué sirve realmente la ética?”

### 13. Bibliografía

#### *Libros*

- José Luis SAMPEDRO, Federico MAYOR ZARAGOZA, Baltasar GARZÓN, Juan TORRES LÓPEZ, Angels MARTÍNEZ Y CASTELLS, Rosa María ARTAL, Ignacio ESCOLAR, Carlos MARTINEZ, Javier LÓPEZ FACAL, Javier PÉREZ DE ALBÉNIZ, Lourdes LUCÍA. **REACCIONA. 10 razones por las que debes actuar frente a la crisis económica, política y social.** Editorial AGUILAR.2011
- STÉPHANE HESSEL. **¡INDIGNAOS!. Un alegato contra la indiferencia y a favor de la insurrección pacífica.** Editorial DESTINO. 2011
- MAX OTTE. **¡Frenad el desastre del Euro!.** Editorial PLANETA. 2011
- TONY JUDT. **Algo va mal.** Ha llegado el momento de detenernos y decidir en qué mundo queremos vivir. Editorial TAURUS. 2011
- Nicolás MAQUAVELO. **El príncipe.** Editorial PLANETA. 2005
- Adela Cortina. **¿Para qué sirve realmente la ética?** Editorial PAIDOS IBERICA. 2013
- Jack Trout. **El poder de lo simple.** Reeditado por FUND. CONFEMETAL. 2014

#### *Artículos de revista*

- MARTIN, L. & OSBERG, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), pp 28-39.
- ZAHARA,S., GEDAJLOVIC,E., NEUBAUM, D., & SHULMAN, J.(2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), pag 519.
- MOREIRA, Patricia y URRIOLAGOITIA, Lourdes. El emprendimiento social. *Revista Española del Tercer Sector* nº 17, pag 22-28. Editado por Fundación Luis Vives.
- Revista DEBATES nº 32. Fundación ETNOR.

#### *Contribuciones presenciales*

- Taller formativo sobre ECONOMÍA DEL BIEN COMUN, impartido por Christian Felber y Ana Moreno en la Escuela de administración y dirección de empresas (ADE) en la Universidad Politécnica de Valencia el 5 de junio del 2012.
- Diversos talleres impartidos por emprendedores Ashoka.
- Comunicación en XII congreso internacional de economía RULESCOOP.
- Comunicación en III jornada sobre emprendimiento social y colectivo de la UPV.
- Participación como ponente en Seminario “Otras maneras de hacer economía”, Organizado por Polibienestar, Universidad de Valencia, 2015.
- Finalista en la VI edición del programa Talento Solidario de Fundación Botín.