



Castilla-La Mancha

Plan Estratégico de la Economía Social de Castilla-La Mancha.

Con la publicación del Libro Blanco de la Economía Social de Castilla-La Mancha se produce un punto de partida y de base que nos lleva a la realidad del sector de la Economía Social en esta región, como herramienta de cohesión social, desarrollo económico y participación ciudadana.

Por tal motivo, el siguiente paso es la propuesta de elaboración de la Estrategia de la Economía Social 2022-2025 en Castilla-La Mancha, impulsando la definición de una Estrategia que promueva el fortalecimiento de este modelo de empresa y, por ende, la prosperidad del territorio de forma sostenible.

Para la elaboración de esta estrategia es necesario conocer las opiniones de la ciudadanía y poder hacerse eco de sus propuestas en la estrategia.

1. ANÁLISIS DAFO

Con el objeto de aportar una visión sintética sobre la que se articule la Estrategia de Economía Social de Castilla-La Mancha, se refleja en la siguiente matriz DAFO.

Elementos internos	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Principios y valores asentados, de plena actualidad.• Alta capacidad demostrada en CLM para fijar la población en el territorio.• Existencia de organizaciones con dimensión, referentes, capaces de traccionar el movimiento de la Economía Social.• Reciente constitución de la Confederación de la Economía Social.• Papel dinamizador de la Economía Social en cadenas de valor locales (p.ej.agro)	<ul style="list-style-type: none">• Escasa visibilidad a nivel de sector de Economía Social (información estadística dispersa, comunicación conjunta escasa...)• Falta estructuración y coordinación como sector.• Alta atomización del empleo en algunas actividades.• Descenso del emprendimiento en fórmulas de Economía Social en la última década.



Elementos externos	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Bajo nivel de reconocimiento social como movimiento que da respuesta a las demandas actuales.• Revolución tecnológica (en la medida en que las empresas de ES de CLM no sean capaces de abordar sus procesos de digitalización).• Brecha digital.• Falta de renovación de la Economía Social.	<ul style="list-style-type: none">• Marco global en torno a los ODS.• Pacto para la recuperación, transformación y resiliencia; alineado con los principios de la Economía Social• Iniciativas públicas regionales alineadas con el interés de las entidades del sector, potencial de colaboración público-privada.• Entorno social que demanda de las empresas la generación de valor social, mayor cohesión e inclusividad.• Situaciones de crisis (alternativas para el mantenimiento de empleo)

2. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

2.1 Estructura general de la formulación estratégica

La formulación estratégica contiene diferentes elementos coherentes entre sí y con el análisis previo. Todos ellos en conjunto dan consistencia a la estrategia y la orientan hacia su implantación. Así, se parten de los elementos más generales (objetivos generales, visión, principios y ejes estratégicos) a aquellos que acercan la estrategia al despliegue (objetivos estratégicos y medidas).

- **Objetivos generales.** Se trata de la formulación de objetivos de alto nivel, a través de los cuales se aporta un punto de partida para la posterior formulación, la comunicación, el seguimiento y evaluación del Plan.
- **Visión estratégica.** Aunque el Plan se formula con un horizonte más reducido, es conveniente combinar la formulación con una visión a más largo plazo, tendente a la sostenibilidad.
- **Principios.** Conceptos que trasladan valores que a modo de directriz la Estrategia asume, tratando de impregnar de forma transversal toda la formulación
- **Ejes estratégicos.** Reflejan los grandes retos para la Economía Social de Castilla-La Mancha.
- **Objetivos estratégicos.** La concreción de los ejes, Incorporando, en la medida de lo posible, elementos descriptivos y otros cuantificables (indicadores y metas).



Castilla-La Mancha

- Iniciativas estratégicas. Conjuntos de actuaciones a desarrollar durante el periodo de implantación del Plan Estratégico para alcanzar los objetivos marcados.

2.2 Objetivos generales

La Estrategia de la Economía Social de Castilla-La Mancha se plantea 3 objetivos generales. Los tres objetivos son:

1. Poner en valor el sector de la Economía Social de Castilla-La Mancha y su decisiva contribución al crecimiento y desarrollo de la región.
2. Generar un contexto favorecedor para el desarrollo del modelo de empresa de la Economía Social, responsable, inclusivo y sostenible.
3. Fortalecer las empresas de Economía Social y su competitividad como agentes clave de la transición verde y la transición digital y protagonistas de una Sociedad moderna, cohesionada y diversa.

2.3 Principios de la Estrategia

De forma transversal a los objetivos generales, se plantean a continuación un conjunto de principios que responden a políticas, directrices y valores que la estrategia asume y que deben estar presentes, en la medida que corresponda, en la definición y desarrollo de las medidas que se pretenden desarrollar a través de los diferentes ejes que conforman la estrategia.

Centralidad de las personas y reconocimiento de la diversidad	Las personas, en el centro. Capacidades para ser protagonistas en empresas participativas. Sin que nadie quede atrás; todas las personas deben tener acceso a las medidas definidas, especialmente aquellas que se puedan encontrar en situación de vulnerabilidad. Poniendo el acento en la diversidad y en colectivos como jóvenes, mujeres, personas con discapacidad...
Equilibrio territorial y sostenibilidad	Trabajar por conseguir condiciones de vida equivalentes para todos los habitantes de la Comunidad Autónoma con independencia de su lugar de residencia y una presencia equilibrada de la Economía Social. Una Sociedad



Castilla-La Mancha

	cohesionada en la que se comparte el bienestar social y se mantiene una relación armónica y respetuosa con el medio ambiente.
Intercooperación	Intercooperación como factor clave para la estructuración de un sector competitivo. Facilitando la intercooperación entre todos los agentes socio-económicos de la región, partiendo de los propios agentes de la Economía Social y promoviendo ámbitos de colaboración intrainstitucional y colaboración público-privada, que incorpore a otros agentes del ecosistema de innovación y emprendimiento
Valor social	Inherente al modelo de empresa de Economía Social, las iniciativas que se establezcan deben tener presente la creciente demanda social para que las empresas generen un valor que vaya más allá de sus resultados económicos. Es importante identificar, gestionar y visibilizar el valor social generado a todos los grupos de interés con los que las organizaciones se relacionan.
Innovación y transformación digital	Orientación de la empresa de Economía Social al protagonismo en la transformación digital de la economía y la sociedad. Organizaciones modernas en su gestión interna y en la gestión de sus relaciones con el mercado y con la Sociedad.

2.4 Ejes y objetivos estratégicos

La formulación propiamente dicha del Plan Estratégico se articula en torno a 6 Ejes estratégicos cada uno con diferentes Objetivos, asociados a los correspondientes Ejes:

EJES	OBJETIVOS
Eje 1. Estructuración, coordinación y consolidación del sector de la Economía Social	1.1.: Consolidar el órgano de interlocución única de la Economía Social 1.2.: Transversalizar la Economía Social en la Administración Pública



Castilla-La Mancha

Eje 2. Puesta en valor y visibilidad de la Economía Social	<p>2.1.: Disponer de un sistema de información consistente y fiable sobre la Economía Social de Castilla-La Mancha</p> <p>2.2.: Poner en valor la actividad de la Economía Social y su impacto</p> <p>2.3.: Extender la cultura, principios y valores de la Economía Social</p>
Eje 3. Impulso a la actividad emprendedora y el crecimiento de las nuevas empresas de Economía Social	<p>3.1.: Promover el emprendimiento en Economía Social en Castilla-La Mancha, con criterios de equilibrio territorial</p> <p>3.2.: Acompañar a las empresas de Economía Social en sus fases de crecimiento y consolidación</p> <p>3.3.: Promover el intraemprendimiento en las empresas de Economía Social</p>
Eje 4. Generación de empleo comprometido con la cultura de empresa de Economía Social	<p>4.1.: Incrementar el número de personas socias en las empresas de Economía Social</p> <p>4.2.: Incentivar la creación y mantenimiento del empleo en las empresas de economía social especialmente de personas de colectivos vulnerables.</p>
Eje 5. Empresas competitivas, digitales e innovadoras	<p>5.1.: Impulsar la transformación digital en las empresas de Economía Social</p> <p>5.2.: Fortalecer la competitividad las empresas de Economía Social</p>
Eje 6. Vertebración territorial	<p>6.1.: Evitar la despoblación de zonas rurales y pequeños municipios</p> <p>6.2.: Impulsar prácticas sostenibles en las empresas de Economía Social y en su relación con el mercado</p> <p>6.3.: Garantizar la sostenibilidad de las empresas de Economía Social</p>