

## Memoria campaña de promoción del cooperativismo de trabajo en la CAM

La principal actividad de COOPERAMA se efectúa en la zona del municipio de Madrid por actividades y número de cooperativa afiliadas. A principios de 2019 y con la excusa de que era año electoral, la Unión valoró positivamente iniciar una campaña de promoción del cooperativismo de trabajo cuyos principales objetivos han sido:

1. Trasladar las principales demandas de COOPERAMA a los partidos políticos que tenían representación en la Asamblea de Madrid y que presentaban candidatura a las elecciones Autonómicas y Municipales del pasado mes de Mayo.
2. Incidencia sobre gobiernos municipales ya constituidos con la idea de establecer acuerdos de diferente rango y nivel, en función de la implantación del cooperativismo en los 179 municipios de la CAM y la sensibilidad hacia nuestra fórmula jurídica por parte de esos gobiernos ya constituidos.
3. Difundir el cooperativismo de trabajo en la CAM como fórmula jurídica óptima a través de nuestras redes sociales y empleando diferentes materiales visuales elaborados ad hoc.

La campaña se configuró a partir de tres fases principales que describimos a continuación:

### Fase 1. Comunicación de demandas e intereses del cooperativismo de trabajo:

Antes de la celebración de las elecciones autonómicas y municipales del 26 de mayo **se trasladan las demandas del cooperativismo de trabajo a los partidos políticos** que presentan candidaturas por medio de mailing masivo a personas clave de esos partidos políticos previamente identificadas (concejales y/o equipo de comunicación, así como a asesores).

En aquellos casos en los que los partidos políticos muestren receptividad se trata de **concertar una reunión con esas personas clave** para informar de cuáles son nuestras principales demandas, los trabajos que se están desarrollando desde la Unión para impulsar esta fórmula jurídica y emplazarles a mantener una nueva reunión cuando los gobiernos electos estén constituidos formalmente.

De esta manera, se contacta con diversas personas clave de los partidos políticos que presentaron candidatura al Ayto. de Madrid y a la CAM.

Las actividades desarrolladas en esta primera fase han sido:

- **Diseño y construcción de una [landing o plataforma](#)** de aproximación a los contenidos propios de la campaña que fue alojada en el portal web de COOPERAMA y que incluía principalmente:
  - ✓ Mensajes y orientación principal de la campaña bajo el lema **“Cooperativas de trabajo. Empresas para un Madrid mejor”**.
  - ✓ Elementos **visuales e imágenes** preparadas para difundir vía RR.SS. y e-mailing.

- ✓ **Decálogo** de iniciativas que solicitábamos a los partidos políticos para exigirles el apoyo expreso, directo y contundente al cooperativismo de trabajo bajo la idea de que las cooperativas de trabajo son empleo, democracia y sostenibilidad. Un decálogo que fue impreso en formato papel y digital.
- Gestión de la **comunicación de campaña** en social media.

## Fase 2. Incidencia sobre gobiernos municipales:

La segunda fase ha consistido en trasladar a los gobiernos municipales de la CAM constituidos tras las elecciones, **propuestas concretas de colaboración** a través de acuerdos específicos. Para ello se han desarrollado las siguientes actividades:

- Estudio de la sensibilidad de los **179 municipios de la Comunidad de Madrid** respecto al cooperativismo de trabajo en particular, pero también con las cooperativas y la economía social en general, a través del análisis de variables clave como:
  - ✓ Volumen de población.
  - ✓ N.º de cooperativas de trabajo radicadas en el municipio.
  - ✓ Desarrollo de acciones o campañas que puedan vincularse al sector del cooperativismo.
  - ✓ N.º de iniciativas organizadas en el sector de la economía social.
  - ✓ Enfoque de emprendimiento que existe en el municipio.
- Selección de una **muestra representativa** de esos 179 municipios donde el cooperativismo de trabajo esté presente en base a las variables anteriores, así como al grado de receptividad para mantener una reunión presentado por parte de las personas clave identificadas.
- Establecer contacto con esos ayuntamientos vía telefónica y/o e-Mail y organizar y/o planificar una agenda con eventuales citas para el mantenimiento de una **reunión presencial**. Esas reuniones se desarrollaron, principalmente, durante finales de noviembre y el mes de diciembre de 2019, momento en que los ayuntamientos presentaban un asentamiento óptimo de los nuevos equipos de gobiernos elegidos en las urnas. Para establecer ese contacto COOPERAMA empleó dos vías:
  - ✓ Ir de la mano de cooperativas de trabajo o agentes implantados en cada municipio para que éstos fuesen la puerta de entrada inicial en los Ayuntamientos.
  - ✓ Utilizar contactos propios disponibles por parte de COOPERAMA.
- Las propuestas de servicios efectuadas a los ayuntamientos han girado en base a las siguientes tipologías de acuerdos, en función del grado de implantación del cooperativismo de trabajo en dichos municipios:
  - ✓ **Acuerdo nivel básico:**

Permite introducir conceptos, procedimientos, ideas y formas de hacer vinculadas al cooperativismo de trabajo y la economía social cuando se ha detectado que aún no existe un tejido productivo con estas características. Tiene por objetivo llegar a un público joven y no relacionado directamente con la economía social en el Municipio.

El acuerdo se basa principalmente en la celebración de **jornadas** orientadas a:

- **Sensibilización** en cuestiones de economía social y cooperativismo:
  - Qué es la economía social, qué es el cooperativismo, qué particularidades tienen frente a los modelos de empresa hegemónicos, etc.
- **Promoción** del cooperativismo:
  - Caracterizar las cooperativas y responder a cuestiones como qué es una cooperativa de trabajo asociado, cómo funcionan, quiénes pueden formar parte de ella, cuáles son sus principios cooperativos, qué trámites son necesarios, etc.

✓ **Acuerdo nivel medio:**

Idóneo para aquellos ayuntamientos donde existe cierto tejido productivo que trabaja bajo la fórmula del cooperativismo de trabajo y además está identificado. También es adecuado cuando el Ayuntamiento promueve de forma directa y activa el empleo bajo fórmulas del cooperativismo de trabajo y la economía social. Este tipo de acuerdo tiene por objetivo formar a personal técnico y administrativo, la promoción del empleo cooperativo y se basa fundamentalmente en la organización de:

**Talleres:**

- **Taller práctico de cláusulas sociales:**
  - Formación a personal técnico y administrativo para dar a conocer la legislación y los procedimientos que permiten la aplicación de cláusulas sociales en los pliegos de condiciones.
- **Promoción del empleo cooperativo en el Municipio:**
  - Orientado a generar ideas sobre oportunidades de promoción de empleo cooperativo entre interesados o grupos promotores identificados.

**Asesorías:**

- **Itinerario emprendedor en clave cooperativa:**
  - Formar a grupos promotores claramente identificados que fortalezcan el tejido productivo generando empleo local.
- **Iniciación a la cooperativa para asesorías de empleo:**
  - Caracterizar las cooperativas y responder a cuestiones como qué es una cooperativa de trabajo asociado, cómo funcionan, quiénes pueden formar parte de ella, cuáles son sus principios cooperativos, qué trámites son necesarios, etc.

✓ **Acuerdo nivel premium:**

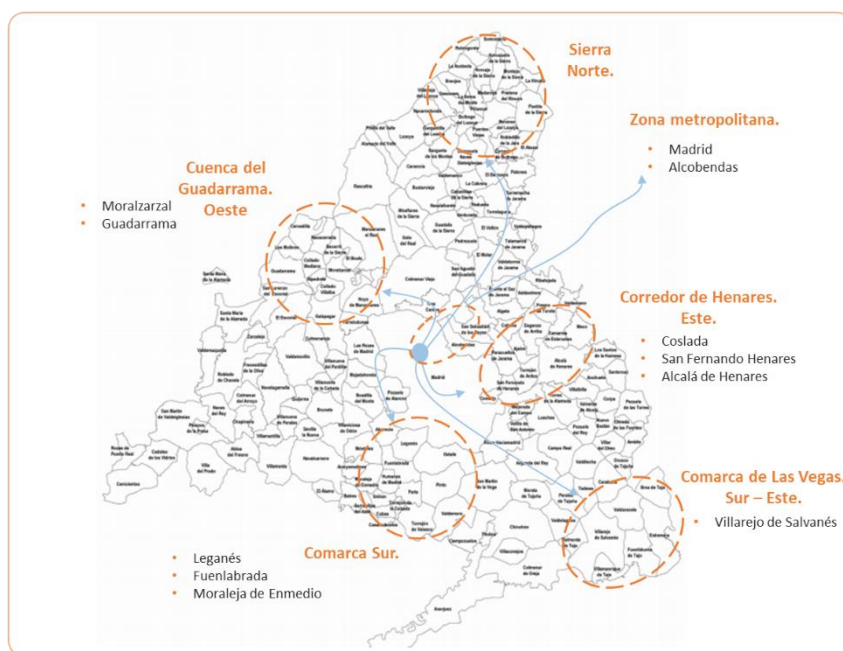
Ofrecido a municipios donde las cooperativas de trabajo y el cooperativismo en general esté sólidamente implantado. Tiene por objetivo proporcionar un servicio de consolidación de cooperativas particularizado según necesidades reales.

Se articularía a través de un **convenio de colaboración** que permitiría dar forma a un **programa de consolidación** de cooperativas a través de la asistencia personalizada de una persona experta en las materias identificadas.

Los ayuntamientos visitados por parte de COOPERAMA y los interlocutores contactados en el marco de la campaña han sido:

- ✓ **Madrid.** Isabel Berzosa Ruiz. Jefa de Departamento de Desarrollo y Fomento Empresarial
- ✓ **Moralzarzal.** M.ª Virginia Ortiz García de Ceca. Concejala de empleo, desarrollo local, comercio y turismo.
- ✓ **Guadarrama.** Alba López Jiménez. Concejala de hacienda, personal, desarrollo local, sanidad y urbanizaciones.
- ✓ **Leganés.** Francisco José Muñoz Murillo. Concejal de desarrollo local y empleo y José Antonio Villaverde director de área.
- ✓ **Villarejo de Salvanés.** Jesús Díaz Raboso, alcalde y concejal de urbanismo; Adrián Díaz Domingo, concejal de hacienda, personal, administración local y obras públicas.
- ✓ **Coslada.** Fernando Romero Castro, concejal de desarrollo económico, empleo y comercio; Teresa Zurita Ramón, Jefa de área; José Antonio Castrillo, asesor del concejal.
- ✓ **Fuenlabrada.** Magdalena López Herrador. Directora-Gerente del CIFE
- ✓ **Moraleja de Enmedio.** Jesús García Vázquez. Concejal de juventud, formación, empleo, comunicación e industria.
- ✓ **San Fernando de Henares.** Rubén Fdez. Concejal Desarrollo local.
- ✓ **Alcalá de Henares.** Pilar Fernández Herrador, Concejala de desarrollo económico y empleo.
- ✓ **Alcobendas.** Roberto Febles. Concejal de desarrollo económico y empleo.

Desde COOPERAMA se ha intentado cubrir un amplio espectro de territorios:



### **Fase 3. Elaboración de un producto audiovisual:**

La tercera fase de la campaña ha tenido por objeto la elaboración de dos cápsulas audiovisuales que sirvan como herramienta visual que permita dar a conocer la Unión y los servicios que proporciona en el sector del cooperativismo de trabajo madrileño.

Asimismo, estas píldoras informativas han servido para dar continuidad a las actividades desarrolladas en las fases 1 y 2 mencionadas con anterioridad y han servido de cierre de campaña.

Las cápsulas han seguido la siguiente estructura básica:

- Una cápsula orientada a la promoción del cooperativismo de trabajo indicando qué es COOPERAMA, qué servicios proporciona y qué objetivos persigue.
- Otra cápsula dirigida a la difusión de las principales acciones y actividades que efectúa COOPERAMA en el sector del cooperativismo dando voz a varias cooperativas para que cuenten su experiencia.
- 2 minutos de duración de cada cápsula en formato MP4 para difundirlo a partir de las RR.SS. y alojarlo en el portal web de COOPERAMA.

Para la elaboración de las cápsulas audiovisuales se solicitaron un total de tres presupuestos a diferentes organizaciones cooperativas, en concreto a Documfy, FreePress y Eleventh Floor. Finalmente, el Consejo Rector de COOPERAMA decide que la propuesta de Eleventh Floor reúne las mejores condiciones por el enfoque sugerido. Un enfoque basado en la técnica del storytelling centrado en las personas que persigue conectar con el espectador emocionalmente y recoger los servicios y las experiencias que proporciona COOPERAMA en su propio entorno de creación y prestación.

Asimismo, las cápsulas han sido difundidas por las redes sociales a través de diversas acciones de promoción a través de las plataformas de Facebook y Twitter de COOPERAMA.