

Mercado Social: estrategia de despliegue de la Economía Solidaria*

Carlos Askunze Elizaga, REAS Euskadi
Correo electrónico: caskunze@reaseuskadi.net

María Angeles Díez López, Instituto Hegoa UPV/EHU y REAS Euskadi
Correo electrónico: mariaangeles.diez@ehu.eus

Índice

Introducción	2
1. La economía solidaria: un enfoque alternativo a la economía capitalista ...	2
2. Los mercados capitalistas contra la vida	6
3. ¿Qué es el mercado social?	9
4. Herramientas para fortalecer el mercado social	14
5. Hacia el mercado social y más allá	19
Bibliografía	20

Resumen

La economía solidaria como enfoque de economía crítica está cada vez más presente en los debates para la definición de un paradigma de civilización alternativo al capitalismo. Pero la economía solidaria no es solo una propuesta teórica es, sobre todo, una práctica, o muchas prácticas, alternativas de transformación económica y social. Su aspiración es construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en valores de justicia, cooperación, reciprocidad... al servicio del bienestar de todas las personas y del planeta. Y en esta construcción, el mercado social ocupa un lugar central, es la estrategia para el crecimiento y el despliegue de la economía solidaria. Un mercado social creado sobre el impulso de la intercooperación y la solidaridad, frente a la competencia y las prácticas excluyentes del mercado capitalista. Un mercado social que busca generar un espacio de consumo consciente, crítico y transformador frente al hiperconsumismo. Un mercado social donde se valoran todos los trabajos productivos y reproductivos y otras formas de relaciones económicas que forman parte de la economía solidaria, y que han sido invisibilizadas y desvalorizadas por los mercados convencionales. Un mercado social basado en el desarrollo de herramientas propias y adaptadas que posibiliten y contribuyan a su crecimiento.

Palabras clave:

economía crítica, economía solidaria, mercados sociales.

* Este artículo se ha publicado originalmente en euskera en la revista Hegoak Zabalduz nº 15 (septiembre de 2019 – ISSN: 2530-6561) editada por el Instituto Hegoa de la UPV/EHU.

Introducción

Cualquier propuesta de economía crítica que aspire a transformar la economía y la sociedad y construir un nuevo paradigma civilizatorio, donde la vida de las personas y del planeta y su sostenibilidad se sitúen en el centro, debe prestar una atención muy especial al mercado capitalista y a su funcionamiento. El reconocimiento del conflicto capital-vida y de los innumerables daños humanos, ecológicos y sociales causados por el libre mercado nos va a conducir a la necesidad de ofrecer alternativas donde las relaciones económicas, de financiación, producción, comercialización y consumo se desarrollen en base a otros valores y en base a otras prácticas más justas y más sostenibles, de intercooperación y de solidaridad. Este espacio de intercambio alternativo es el Mercado Social.

En este documento, hemos querido presentar lo que el mercado social significa para el crecimiento y el despliegue de la Economía Solidaria. Para ello, en primer lugar, debemos conocer lo que significa este enfoque de economía crítica y alternativa a la economía capitalista y cuáles son sus relaciones con las prácticas económicas transformadoras y con las otras teorías económicas críticas. En segundo lugar, de manera muy sintética, se recogen algunos de los elementos más significativos a través de los cuáles el conflicto capital-vida se materializa en la lógica de funcionamiento del mercado capitalista. En tercer lugar, se explica, ahora sí de manera más detallada, qué es el mercado social, cuáles son sus valores, sus objetivos y sus agentes y qué tipo de lógicas de intercambio se desean impulsar y fortalecer. Por último, se desciende a un nivel más operativo y se recogen las herramientas y dispositivos que algunas redes de Economía Solidaria están ya ensayando y desarrollando para avanzar en la construcción del mercado social.

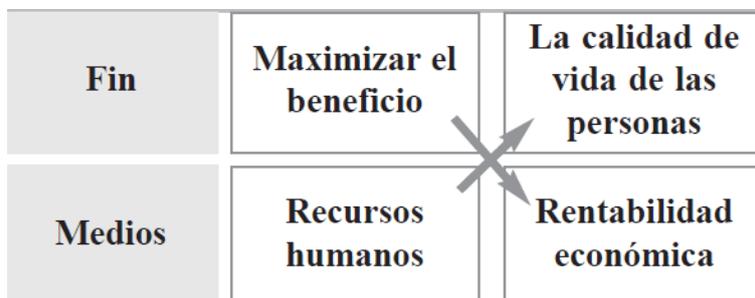
1. La economía solidaria: un enfoque alternativo a la economía capitalista

Hoy en día, cuando observamos la realidad económica que nos rodea, nos encontramos con múltiples y novedosas experiencias económicas transformadoras: cooperativas sin ánimo de lucro, empresas de inserción, banca ética, iniciativas de comercio justo, grupos de consumo agroecológico, bancos del tiempo, seguros éticos, monedas sociales, redes de trueque,... Estas prácticas económicas, a pesar de sus diferentes tamaños y formas organizativas, se reconocen a sí mismas como parte de un movimiento común, como formas empresariales y asociativas que pertenecen a una manera alternativa de entender y practicar la economía: la Economía Solidaria.

Y es, precisamente, esta consideración de alternativa al sistema de prioridades en el que se fundamenta la economía capitalista y neoliberal la idea central que une y da coherencia teórica a la Economía Solidaria como enfoque de economía crítica (ver figura 1): *“Se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio –y no como fin– al servicio del desarrollo personal y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Una concepción que hunde, por tanto, sus raíces en una consideración ética y humanista del*

pensamiento y de la actividad económica, que coloca a la persona y a la comunidad en el centro del desarrollo” (Askunze, 2007:107).

Figura 1: Economía: sistema de prioridades



Fuente: Askunze, 2007:107.

Así lo reconocen también otros autores al afirmar: *“La Economía Solidaria nace del tronco común de la Economía Social y supone un intento de repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes. Frente a la lógica del capital, la mercantilización creciente de las esferas públicas y privadas y la búsqueda del máximo beneficio, la Economía Solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. Frente al capital y su acumulación, la Economía Solidaria pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados un papel instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida y del planeta”* (Pérez de Mendiguren et al., 2009:13)

La radicalidad de la Economía Solidaria como enfoque de economía crítica y como alternativa es, por lo tanto, clara y evidente. Radicalidad al querer cambiar de raíz y desde abajo el sistema de prioridades sobre el que se han construido las relaciones de producción, distribución, consumo y financiación en la economía convencional. Radicalidad al plantear la subversión de las prioridades y del propio papel de la economía en las relaciones humanas y sociales y las relaciones con la naturaleza. Radicalidad al situar y relocalizar a las personas, al planeta y a su propia sostenibilidad en el centro de la construcción política, social y económica.

Asimismo, es importante decir que la Economía Solidaria como propuesta teórica alternativa es un enfoque en constante construcción y que, este continuo proceso de aprendizaje al que se encuentra sometida, no debe ser entendido como un hándicap de este enfoque, sino como una muestra de su capacidad de reconstruirse y avanzar hacia un pensamiento cada más integrador, comprensivo y sistémico.

Este proceso de construcción viene impulsado por dos áreas o vertientes con las que la Economía Solidaria mantiene procesos de diálogo abiertos. Por un lado, su estrecha vinculación con las prácticas económicas alternativas, diversas y plurales, que están en constante efervescencia y evolución, algo que forma parte de la tradición mediante la cual la Economía Solidaria alimenta y hace crecer su discurso. De esta forma, el concepto de Economía Solidaria se

ha venido desarrollado estrechamente unido a estas visiones y prácticas que van apareciendo en los distintos territorios de nuestra geografía planetaria y que deben ser entendidas como lo que son: “un conjunto heterogéneo de concepciones y enfoques teóricos, realidades socioeconómicas e institucionales, y prácticas empresariales y asociativas que, desde el último cuarto de siglo XX, vienen desarrollando un creciente sentido de pertenencia a una forma diferente de entender la economía y los procesos económicos en las sociedades contemporáneas” (Pérez de Mendiguren et al., 2009:13)¹. La Economía Solidaria como enfoque, y desde una perspectiva conceptual, se esfuerza por generar un cuerpo teórico que dé cabida a esta diversidad de manera comprensiva.

Por otro lado, y de forma paralela, la Economía Solidaria se interrelaciona con las propuestas de otras corrientes de economía crítica como las de la economía feminista, la economía ecológica, el buen vivir y el decrecimiento, entre otras, y con todas ellas mantiene cauces de diálogo, discusión y reflexión abiertos. Estos canales pretenden, no tanto confrontar visiones, sino establecer procesos de aprendizaje conjuntos que permitan enriquecer los planteamientos y el discurso de la Economía Solidaria.

Todos estos enfoques comparten su crítica al capitalismo neoliberal y ponen en cuestión la visión antropocéntrica dominante en el actual paradigma de desarrollo y el supuesto del crecimiento ilimitado extendido e impulsado por la economía convencional; se posicionan en contra de un desarrollo economicista y productivista basado en un consumo desenfrenado y una producción en continuo crecimiento; donde prima la acumulación de capital por encima de las personas, de sus necesidades y de sus capacidades, y que se muestra indiferente a los daños humanos, sociales y ecológicos producidos para conseguir sus objetivos. Cuestionan la noción de desarrollo construida desde los países del norte rico y opulento y defienden la necesidad de repensar y de entender la diversidad de significados que términos, como el desarrollo o el bienestar, pueden adoptar si los miramos con otras lentes y otras visiones decoloniales. Y, en particular, todas ellas coinciden en reconocer el actual conflicto capital-vida². Un conflicto que el pensamiento económico dominante ha ocultado, al tiempo que invisibiliza que las condiciones de funcionamiento del sistema socioeconómico actual son insostenibles.

De ahí que, en los últimos años, la Economía Solidaria haya incorporado progresivamente a su cuerpo teórico nuevas ideas aportadas por estas otras corrientes críticas y, en particular, haya introducido en su discurso el concepto de la sostenibilidad de la vida, un concepto inicialmente propuesto desde la Economía Feminista. “*La idea de sostenibilidad no es fácil de definir. Es una noción multidimensional que incluye diversas sostenibilidades: ecológica, económica, social y humana y, muy importante, todas las interrelaciones que existen entre ellas*” (Carrasco, 2014:38).

¹ Para conocer más en profundidad el desarrollo de la Economía Solidaria en el mundo, ver Pérez de Mendiguren et al., 2009 y Askunze, 2013.

² Para comprender este conflicto en profundidad ver Pérez Orozco, 2014.

Por tanto, y en línea con estos postulados, la Economía Solidaria defiende un nuevo paradigma donde el desarrollo esté basado en el buen vivir de las personas, y en el desarrollo de sus capacidades de manera que se pueda alcanzar un bienestar individual y colectivo. Las personas han de ser el fin, y no sólo el medio, del desarrollo. *“Una propuesta de desarrollo que recupera la dimensión ética de la economía para poner en el centro del proceso de construcción de este nuevo paradigma la calidad de vida de mujeres y hombres, partiendo de unos criterios de libertades, tanto individuales como colectivas, en un marco de justicia social”* (Díez y Askunze, 2018:29)³.

Una propuesta de desarrollo que no debe poner en riesgo la sostenibilidad de la vida y del planeta sino, por el contrario, contribuir, al mantenimiento de todos los procesos que garanticen la reproducción de una buena vida, partiendo de la consideración de que las mujeres y los hombres somos seres interdependientes (necesitados de cuidados) y ecodependientes (necesitados de la naturaleza). Como no se cansa de recordarnos Yayo Herrero, *“La vida de las personas presenta dos dependencias materiales insoslayables que curiosamente permanecen invisibles dentro de los esquemas teóricos de la economía convencional, aunque constituyen parte esencial de la condición humana. En primer lugar, dependemos de la naturaleza... Pero, además, somos seres profundamente interdependientes”* (Herrero, 2014:57).

En consecuencia, esta propuesta de desarrollo de la Economía Solidaria va estrechamente asociada a un conjunto de valores muy diferentes a los que sustentan el modelo capitalista actual: *“el empoderamiento de las personas y organizaciones ciudadanas, el impulso de redes basadas en la cooperación y la no competitividad, el desarrollo de modelos democráticos en la toma de decisiones, la conservación ecológica, la igualdad de oportunidades, la valoración de los procesos relacionados con la reproducción de la vida y de los cuidados, la generación de riqueza e instrumentos financieros en condiciones éticas, el refuerzo de las capacidades de personas y colectivos excluidos, la innovación socioeconómica al servicio del desarrollo humano local...”* (Askunze, 2013:102).

Y cómo hablar de valores es hablar de principio éticos, algunas de las redes actuales que existen dentro de la Economía Solidaria se han preocupado por concretar estos valores para construir un marco normativo que sirva de guía para el despliegue de la Economía Solidaria. Este es el caso de Reas Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria en el Estado español, con su *Carta de Principios de la Economía Solidaria*. Estos principios presentados, a modo de ejemplo y de forma resumida, son⁴:

1. Equidad: Reconocimiento de la igualdad en dignidad, derechos y posibilidades de todas las personas, asumiendo y respetando a la vez sus diferencias.

³ Esta idea de desarrollo coincide con la propuesta desde el enfoque del Desarrollo Humano Local (DHL). Para más información ver Dubois, 2014 y Guridi y Perez de Mendiguren, 2016.

⁴ Versión completa disponible en <https://www.economiasolidaria.org/carta-de-principios>

2. Trabajo: Apostando por la generación de empleo digno, así como por un reparto equitativo de todos los trabajos socialmente necesarios (productivos y reproductivos), incluyendo los que no pasan por el mercado, pero son fundamentales para la calidad de vida de las mujeres y los hombres que participamos en la ES.
3. Sostenibilidad ambiental: Como límite a las acciones económicas, como defensa del equilibrio de la vida en el planeta y como compromiso de futuro.
4. Cooperación: Una práctica económica participativa y democrática que fomenta el aprendizaje, la construcción colaborativa y el trabajo cooperativo.
5. Ausencia de lucro: Balances que tienen en cuenta, además de los resultados económicos, la promoción de la redistribución y reinversión de la riqueza frente a su concentración o uso especulativo.
6. Compromiso con el entorno: Cooperación con otras organizaciones y redes como camino para que estas experiencias concretas puedan generar un modelo socioeconómico alternativo.

En definitiva, la Economía Solidaria busca transformar la economía y transformar el mundo para conseguir una sociedad más sostenible, más justa y más democrática.

2. Los mercados capitalistas contra la vida

Como ya se ha mencionado, el mercado capitalista funciona con una lógica contraria a la sostenibilidad de la vida, una lógica que ha conseguido desvalorizar nuestras vidas y la de nuestro planeta, al tiempo que invisibiliza todos los trabajos destinados a sostener la vida. El resultado es la existencia de una contradicción fundamental entre capital y vida. Y es curioso, porque, que la sostenibilidad de la vida debiera estar en el centro de todo proceso económico, social y político, nos parece que debería ser algo tan evidente, algo tan natural; aunque solo sea por instinto de supervivencia del propio ser humano y de conservación del planeta en el que habitamos. Algo que debería estar en el centro de la forma en que nos organizamos como sociedad y como civilización.

Pero la realidad es que, en el sistema actual, toda la organización económica, social y política gira alrededor del sometimiento del proceso de producción, distribución y consumo al “fundamentalismo del libre mercado”, así como de la vida a los valores del androcentrismo, el individualismo y el egoísmo. El modelo capitalista beneficia a las personas más ricas, favorece la acumulación de capital y genera cada vez mayores desigualdades y el empobrecimiento de millones de personas y de regiones en todo el mundo. Destruye los recursos naturales por encima de la biocapacidad del planeta, tal y como demuestra el crecimiento constante de nuestra huella ecológica, y produce enormes alteraciones en los procesos y ciclos naturales: el resultado más visible sería el cambio climático.

Todos estos daños humanos, sociales y ecológicos tienen su origen en el hecho de que el capitalismo se guía por la búsqueda de la máxima ganancia

para las empresas, el mayor beneficio para el capital, por lo tanto, al capitalismo no le preocupa en absoluto la distribución de la riqueza, ni generar más empleo de calidad, mucho menos garantizar a las personas, a las mujeres y a los hombres, que habitamos el planeta una vida digna, justa y sostenible, asumiendo los límites naturales. Para el capitalismo sólo tiene valor la actividad económica, productiva o especulativa, el valor de las mercancías en el mercado, un valor que se traduce en ganancias en la cuenta de resultados, en una cadena interminable de maximización de beneficios ajena a los desastres humanitarios y ecológicos provocados.

La reducción del concepto de valor al de precio es un axioma fundamental que se encuentra en el origen de este conflicto capital-vida. Para el sistema, solo tiene valor económico aquello que pasa por el mercado, que es objeto de intercambio dentro de ese “libre” espacio económico y que, en consecuencia, ostenta un valor monetario (un precio). Todo el resto de las actividades económicas (esenciales para el sostén de la vida), que se realizan fuera del mercado capitalista, quedan excluidas de su concepción de economía, son desvalorizadas e invisibilizadas. Por lo tanto, no van a estar presentes en la medición económica, en las contabilidades de los países, en los indicadores que se utilizan para valorar la riqueza o el bienestar de personas y territorios (por ejemplo, quedan excluidas del cálculo del Producto Interior Bruto). En la economía convencional, *“los mercados capitalistas se sitúan en el epicentro de la estructura socioeconómica: sus procesos, ritmos y lógicas se imponen al conjunto social, y ponen a la vida, en sentido amplio, a su servicio; de hecho, construyen la noción misma de la vida que merece ser vivida”* (Pérez Orozco, 2014: 56)

Este conflicto capital-vida se manifiesta a través de múltiples aspectos y ámbitos insertados en los mecanismos de funcionamiento de los mercados capitalistas. Sin querer abarcar todos ellos, sí que nos parece preciso resaltar algunas características fundamentales de estas instituciones económicas al servicio del poder capitalista y heteropatriarcal.

En primer lugar, las personas solo somos meros instrumentos, sujetos económicos entendidos como productores o consumidores, dejando a un lado las dimensiones fundamentales (individuales y colectivas) que hacen que la vida sea tratada con cuidado. Muy importante, además, olvidando los derechos que nos permiten y nos facilitan alcanzar una vida digna, equitativa y saludable para todas las personas en cualquier contexto y coyuntura.

En segundo lugar, es necesario relocalizar el actual papel preponderante que los mercados desempeñan en el capitalismo neoliberal. Es necesario combatir “la dictadura de los mercados”⁵. La economía debe adoptar una función instrumental sujeta a las esferas democráticas de participación y decisión ciudadana y vinculada al desarrollo de unas condiciones de vida dignas y sostenibles.

En tercer lugar, es necesario volver a conectar la actividad económica con las necesidades reales de las personas (y no con las generadas por el propio

⁵ Para profundizar en esta cuestión puede consultarse Medialdea (coord.) et al., 2011.

interiorización de que significa colocar el mantenimiento de la vida en el centro de interés” (Herrero, 2013:301).

En el plano teórico, el trabajo conjunto entre la Economía Solidaria, la Economía Feminista, la Economía Ecológica, los planteamientos decoloniales...; nos va a permitir superar estas fragmentaciones entre lo productivo y lo reproductivo, entre lo político y lo económico, entre lo público y lo personal, e introducir debates que nos ayuden a destruir este pensamiento dual y a avanzar en una concepción más sistémica y anticapitalista. Nos va a ayudar a definir alternativas económicas, sociales y políticas que defiendan y promuevan la sostenibilidad de la vida y que asuman la centralidad de este paradigma.

Ahora bien, estos avances no son suficientes. Al mismo tiempo, necesitamos construir más Economía Solidaria y construir también un mercado al servicio de las personas y de las comunidades. Necesitamos construir mercados alternativos donde las empresas y las redes de Economía Solidaria se encuentren y se articulen alrededor de cadenas de sostén de la vida: necesitamos Mercados Sociales.

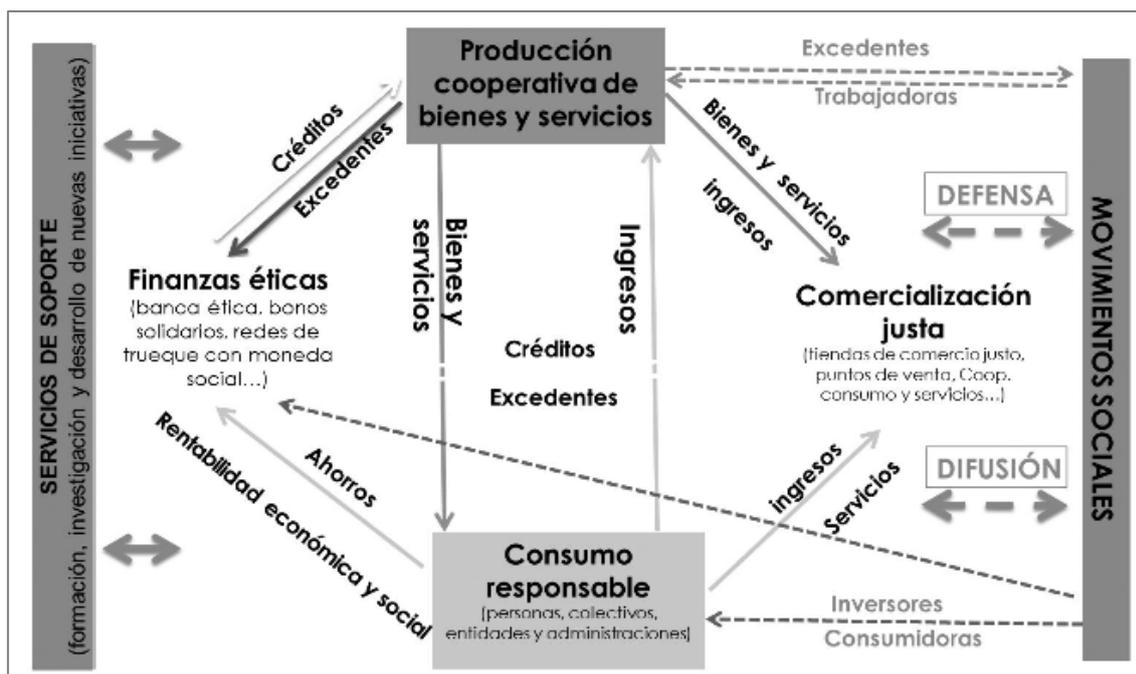
3. ¿Qué es el mercado social?

El mercado, con las características señaladas, es uno, sino el central, de los sostenes del actual sistema económico. Por ello, toda propuesta crítica que aspire a transformar el capitalismo debe considerar, entre otras estrategias, actuar sobre el mercado y ofrecer alternativas desde una perspectiva integral en cuanto a sus esferas (financiación, producción, comercialización y consumo) y sus agentes (empresas, instituciones públicas, organizaciones sociales, personas trabajadoras y consumidoras).

El punto de partida en el impulso de este mercado alternativo radica en la convicción de que *“aunque con innumerables obstáculos por ocurrir en el contexto de una economía-mundo capitalista, las formas de trabajo cooperativo, libremente asociado, y no controladas por el capital, tienen un gran potencial para comenzar a contrarrestar las fuerzas destructoras de este último si se constituyen en un subsistema abierto pero en lo interno orgánicamente vinculado por lazos de intercambio, cooperación y solidaridad”* (Coraggio, 2006:51).

Estamos hablando, por tanto, de una propuesta ambiciosa que pretende construir redes económicas basadas en valores alternativos que, fundamentalmente, están asociados al impulso de la intercooperación y la solidaridad, frente a la competencia y las prácticas excluyentes del mercado capitalista. Un mercado que consiste en *“una red estable de intercambio de bienes y servicios entre empresas de la economía solidaria, consumidores responsables y ahorradores-inversores éticos que, con estos intercambios, consiguen cubrir una parte significativa de sus necesidades”* (García Jané, 2010:63).

Figura 3. Flujos y relaciones en el mercado social



Fuente: Jordi Garcia Jané (en Crespo y Sabin, 2014:102).

Buena parte de los esfuerzos de REAS-Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria⁶ en los últimos 10 años han estado precisamente centrados en la construcción de estos mercados a nivel territorial, como una línea estratégica para la construcción de un sujeto económico, social y político que adquiera una mayor relevancia y logre articular a las diferentes iniciativas, redes y herramientas que, en buena medida, venían desarrollándose por separado o, al menos, sin la intercooperación necesaria para plantear alternativas de mayor calado (ver Figura 3).

Partiendo de la consolidación de iniciativas en ámbitos estratégicos como el de las finanzas, la alimentación o las energías renovables, la experiencia de sectores como el comercio justo, la recuperación y reciclaje o los circuitos cortos de comercialización, el crecimiento de los movimientos sociales que promueven alternativas socioeconómicas, el consumo crítico y transformador o la educación para el cambio social, se plantea dar un salto cualitativo y cuantitativo que construya ese mercado social que REAS define como *“una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, constituida por empresas y entidades de la economía social y solidaria junto con consumidores y consumidoras individuales y colectivos. Su objetivo es cubrir una parte significativa de las necesidades de sus participantes dentro de la red y desconectar la economía solidaria de la economía capitalista, tanto como sea posible”* (Ortega, 2016:35).

⁶ REAS Red de Redes es una estructura confederal que agrupa actualmente en el Estado español a 15 redes territoriales y cuatro sectoriales (finanzas éticas, comercio justo, cooperativas de consumo de energías renovables y recuperadoras de residuos). Para más información: <http://www.economiasolidaria.org>

Para esta red, este mercado tiene como principio rector el apoyo mutuo y la cooperación, por lo que se establece tres reglas, aparentemente sencillas, sobre las que asentar su viabilidad y sostenibilidad:

- Cada componente de la red se compromete a consumir el máximo dentro de ella.
- Cada componente de la red se compromete a producir el máximo para ella.
- Cada componente de la red contribuye a crear otras iniciativas vinculadas a ella, depositando ahorros y excedentes en instrumentos financieros de la red.

En cuanto a su objeto, hay que señalar, que desde la perspectiva de la economía solidaria y, especialmente, desde los aportes de la economía feminista, el mercado social (al igual que la propia economía) atiende no sólo a la esfera mercantil y productiva, sino que incorpora, visibiliza y pone en valor las tareas reproductivas, de cuidados, así como aquellas que no pasan, o deben hacerlo de modo alternativo, por el mercado.

El mercado social, en definitiva, no es un área de trabajo (por más que se organice desde una determinada estructura organizativa), no es una actividad o conjunto de actividades concretas (por más que se incluyan herramientas, iniciativas y actividades para su desarrollo), sino que es la estrategia para el crecimiento de la economía solidaria. Una estrategia que persigue los siguientes objetivos:

- a. Visibilizar y sensibilizar. Se trata de un elemento central de la difusión de los valores e iniciativas de la economía solidaria, visibilizando las alternativas económicas existentes y promoviendo cambios personales, comunitarios e institucionales desde la práctica de un consumo crítico, consciente y transformador, así como desde la creación y/o impulso de nuevas relaciones económicas más justas, feministas y ecológicas.
- b. Crecer en impacto económico. Con el mercado social se pretende que exista más y mejor economía solidaria y, por lo tanto, crecer como sujeto económico: aumentar los intercambios económicos, crecer en empleo y en iniciativas, promover formas de comercialización alternativas además de eficaces, incidir en el consumo de la ciudadanía y en las compras públicas, escalar las propuestas económicas, influir en sectores estratégicos y en otros agentes económicos, etc.
- c. Incidir políticamente. Las redes de economía solidaria constituyen un movimiento de dimensión económica, pero también (a diferencia de otras iniciativas encuadradas en el ámbito genérico de la economía social) de dimensión social y política. Por ello, el mercado social tiene también como objetivo influir en las políticas públicas, especialmente en las relacionadas con el desarrollo económico local, la compra pública responsable y, en general, con aquellas que tienen por objeto la preservación y gestión de los bienes comunes.

- d. Alcanzar un mayor reconocimiento y referencialidad de la economía solidaria y sus redes en el conjunto de los movimientos sociales transformadores, en relación con los diversos agentes sociales, políticos y económicos, así como en la capacidad de influir y polinizar con sus valores al conjunto de la economía.
- e. Construir y desarrollar una comunidad económica y relacional. El mercado social persigue construir una “comunidad alternativa”, donde se puedan satisfacer y desarrollar el máximo posible de relaciones e iniciativas socioeconómicas entre el máximo posible de personas, comunidades y organizaciones. Ser, en definitiva, una referencia de consumo y de participación en alternativas económicas para la ciudadanía.

Como ya se ha señalado, hay una condición de posibilidad básica para el desarrollo de este mercado: la intercooperación entre los diferentes agentes, que implica, al menos:

- ampliar el consumo interno de bienes y servicios (de las propias entidades que forman parte del mercado social);
- desarrollar actividades dirigidas a aumentar el conocimiento, la interrelación y la intercooperación entre los agentes que permitan desarrollar proyectos compartidos (encuentros, visitas a entidades, *networking*, mapas de espacios y proyectos en colaboración, etc.);
- asumir como propios, por parte de toda la red, proyectos asociativos en sectores estratégicos que requieren de amplias bases sociales: finanzas éticas, soberanía alimentaria, energías renovables, cultura e información alternativas, etc.

En cuanto a los grupos-objetivo en los que el mercado social busca impactar, cabe hacer una segmentación que permita alcanzar una mayor efectividad, así como poder desarrollar estrategias y herramientas adaptadas.

Así, en un primer nivel, están las propias bases sociales de las entidades de la economía solidaria: personas trabajadoras, voluntarias y socias. Estamos hablando de miles de personas que configuran un espacio muy importante para el propio sostenimiento del mercado. Sin embargo, es un hecho, que todas estas personas no participan de igual forma ni apoyan con su trabajo, militancia o consumo todos los sectores del mercado social. Por tanto, es una tarea de primer orden desarrollar el potencial de este espacio que es el más cercano y accesible de la propia red.

En un segundo nivel, el mercado social se nutriría de las bases sociales de las redes y movimientos sociales cercanos. Se trata de establecer vínculos, alianzas y compromisos con agentes que, aun trabajando en otras áreas, comparten una mirada alternativa y transformadora de la economía y la sociedad. Se trata de movimientos sociales alternativos como el ecologista, feminista o antimilitarista, movimientos vecinales e iniciativas ciudadanas, tercer sector de acción social, organizaciones no gubernamentales, asociaciones de consumidores y consumidoras, etc. Un amplio sector social que puede ser determinante en el crecimiento de este mercado, a través de su

participación como consumidores y consumidoras, así como en la posibilidad de que pasen a formar parte de los diferentes proyectos asociativos.

La contratación pública responsable también es una estrategia que, a través de reservas de mercado o la inclusión de determinadas cláusulas sociales, puede favorecer el crecimiento del mercado social. Las instituciones públicas son, en tercer lugar, un grupo objetivo que puede promover el mercado social desde dos perspectivas: la del consumo, dado que son agentes de contratación de productos, obras y servicios de primer orden, así como con su apoyo a través de la financiación de sus actividades, comunicación a la ciudadanía, cesión de recursos y espacios para su desarrollo, etc.

En cuarto lugar, cabe referirse a un espacio privilegiado para la sensibilización y la generación de valores alternativos: el ámbito educativo. En sus diferentes etapas y expresiones (formales y no formales) es un sector donde dirigir especiales esfuerzos en tareas de sensibilización en consumo crítico, consciente y transformador, en aportar visiones alternativas de la economía y en desarrollar valores cooperativos.

Finalmente, podemos hablar de la ciudadanía en general, pero consideramos que es necesario dirigirse a sectores concretos que, desde la cercanía y la capacidad de contagio, posibilite la incorporación de nuevos sectores sociales cada vez más amplios a este mercado.

En cualquier caso, y tras la definición del mercado social y sus principios, objetivos y agentes, hay que señalar que para lograr que una iniciativa alternativa y ambiciosa como ésta sea realmente significativa y tenga un impacto transformador del mercado actual se requieren de, al menos, tres condiciones (Crespo y Sabin, 2014:102):

- *“Un movimiento social amplio y denso que haga de la economía, y en concreto del mercado, un campo de batalla fundamental para alcanzar mejores condiciones de vida, de reparto de la riqueza y de sostenibilidad.*
- *Al menos una organización representativa que sea capaz de describir teóricamente e impulsar en la práctica y de forma territorializada las herramientas que permiten articular y fortalecer las diferentes iniciativas económicas de producción, comercialización, financiación y consumo existentes.*
- *Una masa crítica de consumidores y consumidoras responsables que se sientan protagonistas activas del cambio con sus acciones de consumo”*

Condiciones que, actualmente, todavía estamos lejos de alcanzar de forma suficiente, pero que de manera creciente se están desarrollando en el impulso del mercado social.

4. Herramientas para fortalecer el mercado social

Una iniciativa de las características señaladas y con las dificultades existentes para su despliegue en un mercado dominado por las prácticas y valores capitalistas, necesita contar con herramientas apropiadas y adaptadas que posibiliten su desarrollo y, especialmente, contribuyan a su crecimiento. Señalamos las más significativas, a las que habría que añadir las comentadas con anterioridad en relación a la intercooperación como base del impulso del mercado social.

Auditoría Social: hacia una certificación de confianza

La primera cuestión que puede plantearse, tras la presentación de los objetivos y características del mercado social, es cómo garantizar que las empresas y entidades participantes, así como los bienes y servicios a intercambiar, responden a los valores propios de la economía solidaria y, particularmente, cómo las personas consumidoras pueden tener la confianza de que su acción está siendo transformadora de acuerdo a sus principios.

Así surge la necesidad de *“disponer de una herramienta de análisis, de auditoría o de certificación que permita evaluar, a través de una serie de indicadores, la adecuación de los principios con las prácticas reales. (...) [Frente al mercado convencional que utiliza] los sellos, marcas de calidad y mecanismos similares, que suelen estar avalados por un organismo certificador (...) desde el Mercado Social apostamos por una garantía «integral» que no deje espacio a «lavados de imagen» (...). Apostamos por un sistema de certificación que sea resultado de un proceso deliberativo, democrático y participado por las organizaciones y empresas proveedoras y por las personas y grupos consumidores”* (Hernández, 2012:124-125).

Se trata, por tanto, de contar con herramientas propias que, lejos de las lógicas de las certificaciones del mercado capitalista, ponga en valor los aportes sociales de las prácticas de la economía solidaria, evalúe su desempeño y sus carencias y sirva, a su vez, como una herramienta para la mejora continua.

En el caso de REAS, se ha desarrollado una herramienta (con diferentes versiones adaptadas a los territorios) denominada -indistintamente- Balance Social o Auditoría Social. Ante la pregunta de *¿cómo medir esa rentabilidad social asociada a las entidades de Economía Social y Solidaria?, nuestra apuesta es hacerlo mediante el proceso de Auditoría Social. Así, la NEF⁷ presenta la Auditoría Social como un proceso que permite a una organización evaluar su «eficacia social» y su comportamiento ético en relación con sus objetivos, de manera que pueda mejorar sus resultados sociales y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad. Es un instrumento para medir, evaluar y corregir este impacto social y solidario en función de sus objetivos y valores, así como de los demás actores implicados. Resumiéndolo, sería un engranaje de estos tres conceptos: autoevaluación, compromiso de transparencia y herramienta de gestión* (Naveda, 2016:36).

⁷ New Economics Foundation: <https://neweconomics.org>

A través de una herramienta *on-line*, REAS ha desarrollado de manera colaborativa, una propuesta de Auditoría Social adaptada a la realidad del movimiento, a través de indicadores cuantitativos y cualitativos que evalúan el grado de cumplimiento de los seis principios de la Carta de la Economía Solidaria. De alguna manera, su cumplimentación y comunicación es el “sello de confianza” que permite la inclusión de la empresa o entidad y de sus productos o servicios en el mercado social.

Pero, además, otro valor añadido de la herramienta es que permite agregar los datos de todas las entidades participantes en el mercado social, por lo que facilita comunicar y visibilizar la realidad del conjunto del sector de la economía solidaria en un territorio.

Difusión y comercialización

Como no podía ser de otra manera, las labores de difusión y comercialización son tareas (y un gran reto) para el impulso del mercado social. La visibilización del sector de la economía solidaria, la accesibilidad a sus productos y servicios, la comunicación sobre los valores alternativos que subyacen en sus prácticas, así como la posibilidad de que sectores significativos de la población participen de estos circuitos económicos, requiere de un gran esfuerzo en las tareas de sensibilización social y en el despliegue de herramientas que faciliten la comercialización y consumo.

Desde esa perspectiva, nos encontramos con un repertorio de prácticas que persiguen visibilizar, concienciar, acercar a la ciudadanía la propuesta de este mercado y, en último término, lograr su participación a través del consumo y/o apoyo:

- Campañas, acciones y soportes de comunicación en materia de consumo consciente, crítico y transformador, así como de presentación del sector de la economía solidaria, el mercado social y sus productos y servicios (folletos, noticias en medios alternativos y convencionales, redes sociales, anuncios, e-mail marketing, repositorio de tarjetas, juegos, vídeos...).
- Catálogos que presenten de forma sencilla y accesible las entidades, productos y servicios por sectores de actividad y faciliten su localización y consumo.
- Herramientas web que permitan, tanto la presentación de un catálogo virtual, como la posibilidad de establecer pasarelas de compras de productos o la solicitud de presupuesto de servicios, así como la posibilidad de uso de monedas sociales en estos intercambios.
- APP, que, al igual que las herramientas web, faciliten la accesibilidad, la comercialización y el consumo dentro del mercado social, así como el establecimiento de interrelaciones de cooperación entre entidades, personas consumidoras, etc.
- Desarrollo de herramientas de fidelización del MES (tarjeta de asociación, bonificaciones, descuentos...).

- A partir de la herramienta de la Auditoría Social, utilización de un sello identificativo del sector de la economía solidaria en las entidades y empresas, así como en sus productos y servicios, además de la utilización comunicativa de infografías individuales o colectivas de sus resultados.

Seguramente pueden ser muchas más las herramientas y buenas prácticas de comunicación que se pueden impulsar, siempre desde una perspectiva adaptada a los diferentes grupos-objetivo, así como desde criterios de eficiencia y eficacia en la consecución de resultados.

Pero más allá de estas acciones y las mejoras que se puedan introducir en ellas, cabe hablar del impulso de dispositivos que incluyan otro tipo de tareas comerciales, la creación de plataformas logísticas comunes o el desarrollo de una red de espacios físicos y tiendas compartidas donde encontrar los productos y servicios, así como información, del mercado social.

Se trata de prácticas incipientes que todavía se desarrollan mayormente de modo individualizado o sectorialmente por algunas empresas y entidades, o que incluso no forman parte de las tareas principales de ellas. Sin embargo, consideramos que el impulso de estas iniciativas va a tener un papel determinante en la posibilidad de crecer significativamente y tener un impacto social y económico mayor.

Ferias y festivales de la economía solidaria

Hasta el momento, el mercado social se ha identificado en buena medida con la realización de las ferias (anuales en un territorio o locales de menor escala) de la economía solidaria.

Estas ferias cumplen una función importante: ser un “ escaparate ” importante de la economía solidaria para su promoción, extensión y crecimiento. Con esta iniciativa se persigue que los grupos-objetivo con quienes trabajamos y la población en general encuentren iniciativas transformadoras, conozcan alternativas concretas, comprendan globalmente el sector de la economía solidaria y puedan “ enredarse ” (a través del consumo, su asociación a un proyecto, etc.). Por otro lado, para las propias entidades y empresas participantes es un espacio idóneo para promover el conocimiento y la relación, colaborar e intercooperar, así como compartir y conectar sus bases sociales.

Desde esa perspectiva hay que analizar cómo estas ferias pueden mostrar el impacto actual de la economía solidaria, cómo pueden llegar de modo pedagógico y lúdico a impactar en nuestros grupos-objetivo, cómo involucrar a otros agentes, etc.

Pero además, la feria debe ser una herramienta (entre otras) al servicio de una visión estratégica del impulso del mercado social y la economía solidaria. Desde esa perspectiva, cabe revisar y replantear tanto sus objetivos como su propio desarrollo, ya que el modelo tradicional de feria mercantil es un modelo que se puede agotar y resultar insuficiente.

En efecto, la propia estructura de feria a menudo dificulta la visibilización no sólo del trabajo productivo, sino del reproductivo y otras formas de relaciones

económicas y sociales alternativas que forman parte de la economía solidaria. Este es un debate recurrente que no siempre se concreta en prácticas alternativas, tanto en lo que la feria visibiliza como en su propia organización. Hay redes, como REAS Euskadi, que ya están desarrollando algunas propuestas, como la promoción de un reparto equitativo de las tareas reproductivas, la creación de un espacio en la propia feria para el descanso y los cuidados o la elaboración de sencillas guías⁸.

En cuanto a la redefinición del formato, una propuesta que empieza a tomar fuerza es la de convertir la feria en una jornada anual de carácter festivo, donde se fomenten espacios de encuentro e intercambio del propio movimiento (entre organizaciones, empresas y personas), que resulte útil para las entidades y donde se facilite y sea cómoda su participación. Que segmente también otros grupos objetivo a través de propuestas didácticas y lúdicas más atractivas y que refuerce los espacios infantiles, de ocio, cultura, cuidados... que puedan servir de reclamo para diversos sectores de la población.

Se trata, en definitiva, de introducir elementos innovadores más eficaces y ajustados a lo que queremos transmitir, vender o compartir, además de que sea un momento de encuentro de carácter festivo que refuerce la identidad del sector de la economía solidaria, sin olvidar que la labor de construcción del mercado social implica otras herramientas y el trabajo continuado a lo largo del año.

Monedas comunitarias, redes de intercambio y financiación

Finalmente, cabe citar la utilización de las llamadas monedas comunitarias en el marco de este nuevo circuito económico. Estas monedas se definen por ser un *“sistema de intercambio o de compraventa de productos y servicios entre personas y/o empresas, utilizando una moneda diferente a la oficial que regula una comunidad. A veces recibe los nombres de moneda social, alternativa, complementaria, paralela, local, libre o ciudadana”* (García Jané: 2017:156).

Existe una gran diversidad de estas monedas que funcionan con criterios y sistemas diferentes. Unas persiguen reforzar la economía local de un determinado territorio, otras los intercambios en una red determinada, y también hay monedas que promueven la vinculación del consumo a determinados valores alternativos (ecología, feminismo, culturas y lenguas minorizadas...). Algunas operan con moneda física mientras que otras lo hacen virtualmente. Las hay promovidas por instituciones públicas locales o por redes ciudadanas y movimientos sociales. Las que operan en paridad con la moneda existente o las que utilizan otros sistemas más complejos⁹.

En el marco del mercado social, se pueden introducir este tipo de monedas (y de hecho ya hay algunas experiencias incipientes) con el objetivo de reforzar la autonomía y la construcción del espacio propio de la red, así como para dirigir el consumo hacia los productos y servicios de la economía solidaria. Se trata,

⁸ “Cultiva los cuidados y crecerá economía solidaria y feminista”: <https://bit.ly/2KmrWxl>

⁹ Para profundizar en este tipo de monedas, así como en otras herramientas de intercambio alternativo se puede consultar: GISBERT, Julio (2010): *Vivir sin empleo. Trueque, bancos de tiempo, monedas sociales y otras alternativas*, Los libros del lince, Barcelona.

asimismo, de generar espacios liberados del funcionamiento capitalista que, aun simbólicamente en muchos casos, representan que se puede diseñar una organización monetaria y comercial no sujeta a la especulación o la maximización del lucro propias del capitalismo.

Cabe considerar además la inclusión de estas monedas en el mercado social, como una forma de fidelización de las personas consumidoras, así como para establecer determinadas bonificaciones en dicha moneda para promover el crecimiento del propio mercado.

Las potencialidades de estas monedas son evidentes, aunque su desarrollo en los mercados sociales sea aún limitado. Por otro lado, su utilización sigue siendo una práctica a menudo compleja y que no siempre es fácilmente entendible por la ciudadanía no concienciada ni especializada en estas cuestiones. En cualquier caso, el ir introduciéndolas, aun en convivencia con la moneda de curso ordinario, puede ser una herramienta que facilite el fortalecimiento y crecimiento del mercado social.

Pero además de las monedas comunitarias, existen otras formas de intercambio no monetizadas que pueden reforzar los valores más alternativos del mercado social. En el mercado se pueden establecer redes de trueque entre entidades y personas, promover el impulso de bancos de tiempo locales, redes de intercambio de espacios y recursos, el “banco de las cosas” como espacio compartido en el que encontrar aquello que necesitamos sin necesidad de comprarlo, redes de movilidad compartida, etc. Se trata, en definitiva, de que las llamadas economías comunitarias y las herramientas de colaboración e intercooperación tengan un papel importante en el diseño de esa economía alternativa que el mercado social quiere visibilizar e impulsar.

Finalmente, nos referimos a los instrumentos de financiación como una herramienta clave para el desarrollo del mercado social. Aunque ya se han citado inicialmente como uno de los componentes que forman parte del mercado, es importante resaltar su papel determinante. Un mercado que aspira a un funcionamiento alternativo como el descrito, necesita contar con sus propias herramientas financieras para aminorar y desconectarse progresivamente de la dependencia de la banca capitalista.

La existencia de herramientas financieras éticas y alternativas (bancarias y parabancarias) es una necesidad para el propio desarrollo del mercado. Herramientas que deben ser construidas y sostenidas por el propio sector de la economía solidaria, a través de la promoción del ahorro y el depósito de los posibles excedentes del propio mercado, así como en el fomento del consumo de sus productos financieros por una parte creciente de la ciudadanía. Herramientas cooperativas y democráticas, con valores éticos y de carácter no lucrativo, dirigidas principalmente a la financiación del sector de la economía solidaria y la transformación social.

5. Hacia el mercado social y más allá...

A lo largo de este documento, hemos tratado de poner en valor una estrategia decisiva para la transformación de la economía, pues se orienta a uno de sus pilares fundamentales: el mercado y el consumo. Somos conscientes de las limitaciones que todavía tiene el mercado social, la economía solidaria y, en general, las propuestas económicas alternativas. Igualmente reconocemos que la modificación sustancial del mercado actual requerirá, más allá del crecimiento del mercado social, de profundos cambios económicos y sociales y del desarrollo de políticas de transformación estructural.

Con todo, el mercado social es una muestra de que podemos prefigurar los contornos de lo que podría ser una organización social y económica postcapitalista regida por principios democráticos, de cooperación, de garantía de la sostenibilidad de la vida y de solidaridad e inclusión. Nos enfrentamos, por tanto, a una tarea que tiene mucho de contracultural y de desarrollo de un sistema de valores radicalmente diferente.

Recientemente, entrevistado Isaac Rosa sobre su última novela *Feliz Final* señalaba que “*el capitalismo se ha metido en nuestras vidas, ha derribado el último muro que le quedaba y se ha colado en lo más íntimo; en nuestra capacidad de amar. Más allá de la precariedad laboral, que por supuesto influye en nuestras relaciones, creo que la clave reside en entender que el capitalismo no sólo es un sistema económico, también o sobre todo es un sistema cultural que genera precariedad vital, o lo que es lo mismo, vidas discontinuas y aceleradas que nos llevan a la decepción y la melancolía. Desde ahí consumimos, trabajamos y sí, desde ahí es también desde donde amamos*”¹⁰. La propuesta del mercado social, modestamente, persigue no solamente transformar lo que comúnmente entendemos por mercado económico, sino que trata de desconectar nuestras relaciones, trabajos y nuestras vidas lo máximo posible de ese capitalismo invasor que precariza y mercantiliza nuestros cuerpos y sentimientos. Una apuesta ambiciosa para una economía que será solidaria o nos conducirá irremediabilmente a la barbarie de la insostenibilidad de la vida.

¹⁰ Isaac Rosa entrevistado por Juan Losa en Público el 3 de octubre de 2018: <https://bit.ly/2NZMT3M>

Bibliografía

ASKUNZE, Carlos (2007): “Economía Solidaria” en CELORIO, Gema y Alicia López de Munain (coords.): *Diccionario de Educación para el desarrollo*, Hegoa, Bilbao, 107-113.

ASKUNZE; Carlos (2013): “Más allá del capitalismo: alternativas desde la economía Solidaria”, *Documentación Social* nº 168, Cáritas Española, Madrid, 97-116.

CARRASCO, Cristina (2014): “Economía, trabajos y sostenibilidad de la vida” en VV. AA.: *Sostenibilidad de la vida. Aportaciones desde la Economía Solidaria, Feminista y Ecológica*, REAS Euskadi, Bilbao, 27-42.

CORAGGIO, José Luis (2006): “Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria”, *Cuadernos del CENDES* nº 61, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 39-67.

CRESPO, Blanca y Fernando Sabín (2014): “Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora”, *Documentación Social* nº 174, Cáritas Española, Madrid, 95-116.

DIEZ, María Angeles y Carlos Askunze (2018): “Transformar la economía para transformar el territorio. La Economía Social y Solidaria y el Desarrollo Humano Local”, *Dossieres EsF* nº 31, Madrid, 29-33.

DUBOIS, Alfonso (2014): *Marco teórico y metodológico del Desarrollo Humano Local*, Hegoa y UPV/EHU, Bilbao.

GARCIA JANÉ, Jordi (2010): “La economía solidaria no está en paro”, *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global* nº 110, FUHEM, Madrid, 53-65.

GARCIA JANÉ, Jordi (2017): *L'èconomia solidària en 100 paraules*, Icaria, Barcelona.

GURIDI, Luis y Juan Carlos Pérez de Mendiguren (2016): “La Economía Social y Solidaria y el Desarrollo Humano Local” en PEREZ HERNANDORENA, Zalao (coord.): *Transformando los territorios desde la economía solidaria. Herramientas para el impulso de las políticas públicas locales*, REAS Euskadi, Bilbao, 15-17.

HERNÁNDEZ, Toño (2012): “Mercado Social: construir y experimentar proyectos económicos alternativos”, *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global* nº 118, FUHEM, Madrid, 119-128.

HERRERO, Yayo (2013): “Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible”, *Revista de Economía Crítica* nº 16, Madrid, 278-307.

HERRERO, Yayo (2014): “Perspectivas ecofeministas para la construcción de una economía compatible con una vida buena” en VV. AA.: *Sostenibilidad de la vida. Aportaciones desde la Economía Solidaria, Feminista y ecológica*, REAS Euskadi, Bilbao, 55-68.

MEDIALDEA, Bibiana (coord.), Antonio Sanabria, Luis Buendía, Nacho Álvarez y Ricardo Molero (2011): *Quiénes son los mercados y cómo nos gobiernan*, Icaria, Barcelona.

NAVEDA, Amaia (2016): “Auditoría Social, más allá de la cuenta de resultados”, *Pueblos* nº 71, Paz con Dignidad, Madrid, 36-37.

ORTEGA, Susana (2016): “El Mercado Social, una herramienta al servicio de la economía social y solidaria”, *Pueblos* nº 71, Paz con Dignidad, Madrid, 34-35.

PEREZ DE MENDIGUREN, Juan Carlos; Enekoitz Etxezarreta y Luis Guridi, (2009): “Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate”, *Papeles de Economía Solidaria* nº1, Reas Euskadi, Bilbao.

PEREZ OROZCO, Amaia (2014): *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate del conflicto capital-vida*, Traficantes de Sueños, Madrid.