



Las alternativas solidarias a los mercados capitalistas

5

El capítulo anterior nos ha permitido situar mejor las nuevas propuestas emergentes con relación a las alternativas al mercado o mercados capitalistas. Para quienes hemos abrevido del pensamiento crítico, el simple concepto del mercado nos genera cierto distanciamiento. Sin embargo, los mercados son siempre construcciones sociales y, en el caso de los mercados capitalistas dominantes, construcciones con diversos grados de perversión. Mercados emergentes surgen en todas las órbitas sistémicas, pero las alternativas al mercado emergentes en la periferia o los límites del sistema capitalista hacia la construcción de nuevas posibilidades sistémicas son las que nos interesa destacar aquí, dado su potencial disruptivo-transformativo.

5.1 De la economía popular y solidaria a las alternativas a los mercados convencionales del capital

En una reflexión lúcida y compleja, José Luis Coraggio (2013) propone que se pueden reconocer tres tipos de prácticas de pensamiento y acción en las economías populares y solidarias. Se trata, en síntesis, de tres corrientes del pensamiento-acción:

- A nivel microeconómico, la promoción de emprendimientos asociativos locales, gestionados por sus trabajadores-propietarios y en dirección del autoempleo, es decir, la mediante la integración social y el alivio de la pobreza vía reinserción (o primera inserción) de grupos de personas excluidas del mercado de trabajo (pág. 13).

- A nivel meso, y dentro de una economía mixta, la construcción de un subsistema de economía solidaria que busca la articulación de microemprendimientos asociativos, la articulación de empresas sociales y, sobre todo, la construcción de redes y sujetos colectivos como asociaciones locales pro desarrollo local, o sectoriales y transversales de trabajadores autogestionados (pp. 14-15).
- Finalmente, a nivel macro, la creación de un sistema o construcción de “Otra Economía” (otro sistema económico) buscando formas de superación del sistema cultural capitalista -de las relaciones de explotación capitalista del trabajo, del patriarcado y de otras formas de explotación- en una relación de contradicción y conflicto continuo con la economía del capital y la estatal. Ello supone una lucha donde economía, política y cultura se ven fuertemente imbricadas” (pág. 21).

Dentro de la segunda corriente o subsistema, Coraggio encuentra que surgen nuevas formas alternativas al mercado del capital, formas de organización de mercado como las ferias, que son una forma de institucionalizar el intercambio como centro de encuentro directo y solidario entre productores y consumidores” (pág. 20).

Sin embargo, como bien advierte Coraggio, las tres corrientes son significativas, dado que se necesitan mutuamente y constituyen niveles de intervención complementarios. (2013, pág. 23).

En contrapartida, algunos pensadores críticos cercanos al anarquismo sostiene que toda iniciativa socioeconómica que no esté fuera del sistema capitalista y sus mercados sería una forma de legitimización de éste. En este sentido, Miguel Amorós, historiador y pensador anarquista español, en una feroz crítica a la economía social, sostiene que:

(...) No se quiere situar la época en la historia y explicarla a partir de sus antagonismos sociales, porque no se trata de aclarar el terreno de la confrontación, sino de elaborar un discurso mistificador que encubra las consabidas prácticas reformistas de connivencia con la dominación (...) El toque superficial, místico y holista, contribuye a ello. Así pues, las prescripciones contenidas, por ejemplo, en el municipalismo, la renta básica, el monetarismo social, el consumo y el turismo “responsables”, la doctrina del decrecimiento y el credo de los comunes, son ideales para “reorientar” a las masas hastiadas de tanto desarraigo hacia la frugalidad y el equilibrio” (Amorós, 2017, pp. 222-223).

En esta perspectiva, sólo desde “el afuera del sistema” sería coherente con una verdadera transformación social, lo que deviene en una necesaria revolución.

Con todo, más allá de las posiciones extremas de algunas vertientes anarquistas, para numerosos autores es necesario realizar una revalorización crítica del mercado como una construcción social contralada donde también se puedan expresar la ciudadanía y la democracia (Plasencia y Orzi, 2006, p.24):

“Diversos autores lo señalan como lugar privilegiado para ejercer ciudadanía y democracia. Así, autores como Hinke-lammert, Coraggio, García Canclini, se muestran a favor de mercados con control, pero no de cualquier tipo, sino acompañados de una adecuada planificación económica y por medio de la participación democrática popular”.

Se combinan, así, diversos tipos de control: la regulación del mercado por el Estado, pero también el control del mercado y del Estado por parte de la sociedad.

5.2 Las formas alternativas en el consumo

Consumo y mercado son interdependientes y recursivos: podemos decir que el mercado genera y promueve ciertos tipos de consumidores y que, al mismo tiempo, los consumidores generan y promueven ciertos tipos de mercados.

De ahí que, más allá de los consumos dominantes y convencionales que son generados por los mercados dominantes, existen nuevas formas alternativas de consumo que intentan abrirse brecha entre los mercados. De acuerdo con el trabajo de investigación doctoral de Rodrigo Rodríguez (2018, pp. 26-36), y apoyándose especialmente en Linders (2013) y otros autores, es posible encontrar diversas formas de consumo alternativas frente al tipo de consumo dominante, pero no todas pueden ser consideradas como solidarias. El autor considera al consumo solidario como la expresión de la economía solidaria.

El consumo ético

Hace referencia a los códigos morales para consumir que tie-

nen impactos sociales o ambientales, como si lastiman o dañan a las personas en la producción de bienes y servicios (niños, mujeres, trabajadores precarizados) o a la naturaleza -producción que destruye o contamina el medio ambiente o que utiliza sin discreción recursos naturales no renovables, de manera que va más allá del valor de uso que el consumidor obtiene. Sin embargo, esta perspectiva ética del consumo no parece tomar en cuenta o no le interesa la relación social entre productor y consumidor ni la dimensión política de su práctica.

El consumo responsable

Más allá del consumo ético, el consumo responsable busca un consumo sin excesos y por ello va en contra del “consumismo” de la sociedad de mercado. Se puede decir que el consumo responsable va en contra de los altos niveles de consumo y considera la calidad de vida o bienestar como un valor más alto que la cantidad y la acumulación de bienes. Pero también, como una bisagra, el consumo responsable pretende impactar lo menos negativamente a las personas y al medio ambiente. De la misma manera que el anterior, el consumo responsable no establece vínculos cercanos con los productores ni necesariamente liga con movimientos sociales.

El consumo saludable

Con un crecimiento cada día mayor a nivel mundial, el consumo saludable busca un estilo de vida desde la calidad de vida de las personas. Por ello su preocupación estriba en el consumo de alimentos sanos y naturales, aunque muchas veces de altos precios y provenientes de mercados sofisticados. Entre sus preocupaciones, el consumo saludable apela además al descanso, al ejercicio, al esparcimiento natural y a evitar bebidas y alimentos que dañan la salud. Como en los casos mencionados, estos consumidores pueden apoyar de manera tangencial a los otros tipos de consumo.

El consumo participativo o colaborativo.

Como bien señala Rodrigo Rodríguez, se trata de la expresión de consumo de la economía colaborativa. Surge como consumo para dar paso luego a la expresión de economía colaborativa privada como modelo de negocio Peer to Peer o P2P (Cara a Cara) de UBER, Airbnb o WeWork. Se trata de un con-

sumo que establece un espacio de colaboración buscando explícitamente sacar a terceras figuras entre el consumidor y el productor. Una expresión social de este tipo de consumo pueden ser las ferias y tianguis donde no se establecen compromisos estables entre productores y consumidores.

Sin embargo, según María Isabel Quintero (2018, p. 115), inscritas en las economías solidarias, en Latinoamérica la verdadera oportunidad de este modelo está a nivel local y comunitario donde escasos recursos pueden ser utilizados y aprovechados por más ciudadanos, satisfaciendo necesidades sociales, generando oportunidades económicas y democratizando servicios antes de uso exclusivo de un pequeño sector de la población y donde el consumidor sufre un cambio de mentalidad al exigir formas alternativas de consumo. Para ello, sostiene la autora, debemos crear paralelamente regulación y políticas públicas acordes a esta nueva ciudadanía activa y consciente de su entorno.

El consumo consciente

Cercano al comercio justo y al consumo responsable, el consumo consciente hace defensa del consumo suficiente y sostenible ambientalmente. Sin embargo, yendo más allá que los otros tipos de consumo, el consumo consciente considera el precio de lo adquirido con el fin de encontrar un cierto equilibrio entre los precios del mercado convencional (bajos para el productor) y los precios del Comercio Justo (altos para el consumidor final y retribuciones bajas para el productor).

El consumo solidario

Se considera el consumo solidario como: “(...) aquel que se practica en función del bienestar personal y colectivo, en favor de los trabajadores que producirán aquel bien o servicio y del mantenimiento de los ecosistemas” (Biagini y Arturo, 2008, citados por Rodríguez, 2018). Los mismos autores afirman que el consumo solidario es una continuidad del consumo crítico, el cual es una respuesta al consumismo propuesto por el capitalismo (aunque sea comprando a empresas capitalistas). Se supone que el consumo solidario admite únicamente la elección de bienes y servicios ofrecidos por iniciativas de economía solidaria.

Siguiendo con Rodríguez, el autor considera que Euclides Mance (2006) es el principal promotor del consumo solida-

rio en Brasil, para quien la elección de bienes y productos surgidos en la economía solidaria se debe a su intencionalidad de multiplicar células interconectadas en redes, con organizaciones diferentes incluso a las que se han puesto en marcha por la economía social. Para el filósofo y sociólogo brasileño, estas redes deben ser llevadas a la práctica situada y no depender de recursos digitales, aunque pueden apoyarse de estos. La Red es la clave del consumo solidario, y las redes de colaboración solidaridad son el método de acción que refuerza, expande a la economía solidaria a través del consumo. De ahí su fuerte componente político, una especie de militancia política en el movimiento social.

Recapitulando, sostiene Rodríguez (2018, p. 36):

“(...) las formas de consumo que se han presentado tienen sus marcadas diferencias en el carácter explícito de trabajo compartido. Mientras el consumo ético puede terminar en el intercambio monetario como un acto individual acorde a una posición moral, y el consumo responsable tiene una carga política, en esta forma de consumo se pretende que no se convierta en un acto de confrontación, sino en una manera de resolver problemas comunes entre productor y consumidor. Por su parte, las iniciativas de Redes de Consumo Solidario sí operan con los criterios antes descritos. Por otro lado, las Redes de consumo solidario tienen pretensiones políticas y valoraciones éticas explícitas, cualidades que no son compartidas como imprescindibles para el consumo participativo”.

Es decir, en el consumo solidario encontramos un conjunto de cualidades y características acumuladas de otros tipos de consumo: pretender ser ético, responsable, saludable, consciente, participativo, comprometido, en-redado y sociopolítico.

5.3 Alternativas solidarias a los mercados capitalistas

Las alternativas a los mercados neocapitalistas son muy diversas. Ya en el capítulo anterior hemos dado un vistazo a las diversas economías alternativas y cuyas expresiones mercantiles -entendidas como alternativas a los mercados del capital- son la materia del presente capítulo.

En el Cuadro 5.1 proponemos un comparativo de las nuevas alternativas a los mercados capitalistas. Estas alternativas las hemos dividido en Alternativas Solidarias de Intercambio de Bienes y Servicios, Alternativas Solidarias de Trabajo Digno, Alternativas Solidarias de Valores Solidarios y Alternativas Transversales o Territoriales. Asimismo, en cada tipo de alternativas al mercado hemos distinguido un amplio abanico de ámbitos-expresiones y las experiencias que las integran. Advertimos que se trata tan sólo de un mapa exploratorio de esta enorme diversidad de experiencias.

De este amplio abanico de alternativas, dadas sus aportes y significación para nuestra UAB-CIFOVIS, hemos considerado analizar solo algunas de las más representativas por su grado de visibilidad, magnitud (participación de actores involucrados) e impactos (socioeconómicos, políticos, culturales y ambientales). Nos referimos al Comercio Justo, los Sistemas Locales de Intercambio, los Mercados Sociales, los Mercados Solidarios y los Circuitos Económicos Solidarios.

En los apartados siguientes veremos brevemente en qué consiste cada una de estas alternativas.

5.3.1 COMERCIO JUSTO

Entre las nuevas formas de comercio alternativo que han venido surgiendo desde tres o cuatro décadas atrás se encuentra la red global de Comercio Justo. La Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organization), antes Asociación Internacional de Comercio Justo, fue creada en 1989, y junto con la red Comercio Justo Internacional (Fairtrade Internacional), es una asociación global de 324 organizaciones en más de 70 países y con apoyo a más de 4,000 organizaciones de base, que representan a más de dos millones y medio de pequeños productores y trabajadores (World Fair Trade Organization y Fair-Trade International, 2018). Los miembros son cooperativas de productores de comercio justo, empresas de comercialización de las exportaciones, importadores, comerciantes, redes nacionales y regionales de comercio justo y las organizaciones de apoyo al mismo. Cuenta con más de 35,000 productos que se venden en miles de tiendas del mundo o tiendas de Comercio Justo, supermercados y muchos otros puntos de venta en todo el mundo. Entre los principales productos comercializados a través de estas redes se encuentran el café (80% del volumen y países), té, azúcar, plátanos, especias y nueces, arroz, frutas frescas, jugos, cacao, azúcar, miel, vino, flores y artesanías (cestos tejidos, joyas, cerámica, juguetes y tarjetas).

Cuadro 5.1

Comparativo de las Alternativas solidarias a los mercados capitalistas

CAPITALISMO	ALTERNATIVAS SOLIDARIAS	ÁMBITOS	EXPERIENCIAS
Mercados capitalistas de bienes (hogares y empresas)	Alternativas solidarias de intercambio de Bienes y Servicios	Comercio Justo	Redes: Norte/Sur (WFTO, FLO, EFTA y NEWS), Sur/Norte, Sur/Sur
		Mercados Sociales	Redes amplias de espacios físicos y digitales de intercambio intercooperativo entre productores, consumidores y distribuidores (presencia significativa en España)
		Mercados Solidarios	Tianguis (agroecológicos, artesanías...) Redes cara a cara de productores-consumidores
		Asociaciones civiles (no lucrativas)	De servicio y cuidado de personas De servicio a OSC y ECOSOL
		Trueque	Bienes (intercambio)
		Tiempo	Bancos del Tiempo (servicios, intercambio)
		Abasto y consumo	Cooperativas, Cocinas populares y comunitarias
	Alternativas solidarias de trabajo digno	Producción de bienes y servicios	Cooperativas Empresas recuperadas por trabajadores (ERT)
Mercados capitalistas financieros Banca privada, Fondos de Inversión de Capital...) Banca pública y de desarrollo Monedas oficiales	Alternativas solidarias de valores solidarios CFR. MONZÓN	Ahorro y préstamo	Finanzas Éticas (Banca Ética, Fondos de pensiones y de Inversión, Bancos Sociales) ¹
			Cooperativas y Cajas
			Tandas de ahorro ²
		Colaboración	Redes de Colaboración Solidaria
			Mano vuelta, tequio
		Monedas Complementarias	Monedas Sociales ³
			Monedas Comunitarias
Monedas Sociales Encriptadas ⁴			
			Monedas Locales
Mercados mixtos	Alternativas transversales	Territoriales (locales, regionales, nacionales, globales)	Agencias de Desarrollo Local (ADL)
			Organizaciones campesindias regionales de base económica (bajo múltiples formas organizativas)
			Sistemas Locales de Empleo y Comercio (LETS)
			Sistemas Locales de Trueque (SEL)
			Grupo Empresariales de Economía Social

Fuente: elaboración propia

.....

1 Más de 50 instituciones de finanzas éticas de diverso tipo se agrupan en la "International Association of Investors in the Social Economy" (INAISE).

2 Se excluyen múltiples formas de ahorro de tipo multinivel o piramidal dado su carácter fraudulento en perjuicio de los ahorradores e inversionistas.

3 Una comparación entre las monedas sociales y las encriptadas es que en ambos sistemas se persigue una desintermediación intencionada, es decir, reemplazar a los intermediarios financieros tradicionales (principalmente bancos

comerciales). Sin embargo, aspectos como la esencia de su creación, su carácter local vs global, sus principios de cohesión social vs anonimidad, además de sus riesgos financieros inherentes, hacen de los dos sistemas monetarios, instrumentos fundamentalmente diferentes (Lara y Demmler, 2018, p. 267).

4 Por ejemplo, la experiencia promovida desde 2007 por Euclides Mance con el Crédito Solidarius (del Sistema de Intercambio Solidarius).

De acuerdo con la propia red, en su página de internet (WFTO. (2018):

“El Comercio Justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”.

Asimismo, en su plataforma electrónica sostiene que el Comercio Justo va más allá del intercambio y demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente¹.

Surgida entre los años 40-50 en Estados Unidos con las iniciativas Ten Thousand Villages y SERRV para la compraventa de bordado y artesanías, la Red ha logrado extenderse ampliamente a nivel mundial añadiendo productos como el café, el azúcar y otros muchos productos procedentes del sur global. Como movimiento, la Red u Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés, World Fair Trade Organization) agrupa a 400 organizaciones y calcula que existen más de 3,000 organizaciones de productores en más de 50 países del Sur y que sus productos pueden ser adquiridos en miles de tiendas especializadas y otros establecimientos convencionales.

Así, en 1987, 11 importadoras europeas constituían la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se creó IFAT (hoy WFTO), en 1997 se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO) y cinco años más tarde su

.....

1 Los 10 principios del Comercio Justo son: 1. Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica; 2. Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas; 3. Prácticas Comerciales Justas; 4. Pago de un Precio Justo; 5. No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso; 6. Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación; 7. Garantizar buenas condiciones de trabajo; 8. Desarrollo de Capacidades; 9. Promoción del Comercio Justo y 10. Respeto por el Medio Ambiente.

Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (Internacional Fairtrade Certification Mark). Para 2004 la WFTO desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos.

Muchos investigadores han estudiado el Comercio Justo, reconociendo sus aportes y criticando sus límites. Por ejemplo, Ceccon y Ceccon (2010, p. 89) afirman que, efectivamente, el principal fin del comercio justo es crear una red de comercio alternativo con el pago de un precio justo a los productores, la promoción de valores sociales y de respeto al medio ambiente, así como donde todos los actores participantes comparten las ganancias de manera igualitaria y contribuir a atenuar la pobreza del Sur.

Sin embargo, de acuerdo con Renard (2003, citado en Cabrera et al., 2002), en el movimiento existen dos visiones tensionadas:

- a. La radical -política e ideológicamente vinculada con otros movimientos sociales- que busca cambiar el modelo económico dominante y el comercio justo como herramienta de transición para hacer del comercio justo una regla general;
- b. la pragmática, que busca condiciones más justas e igualitarias y demostrar, con el Comercio Justo, que el modelo económico no es monolítico.

Con todo, para Cabrera et al. (2002), ambas visiones son diferentes, pero comparten el ideal de luchar contra el poder absoluto y omnipresente del mercado que domina y explota a los pequeños productores.

Ceccon y Ceccon, 2010, pp- 89-90:

“Cabe recordar que, en lo general, el Comercio Justo no tiene planteamientos transgresores ni pretende invertir el orden económico y social mundial, pero sí intenta transformar indirectamente la sociedad a través de un modelo más equitativo y sustentable en donde las relaciones comerciales sean más justas, éticas y solidarias”.

Por lo tanto, se reconocen aspectos positivos como: hacer del acto de comprar una acción política -donde las relaciones económicas no siempre son de libre competencia ni que

siguen la mecánica de los paradigmas de la teoría económica neoclásica-, tomar en cuenta los costos sociales y ecológicos de producción y ver el comercio equitativo como una herramienta para el desarrollo.²

Esto mismo lo valida Comercio Justo México (2008) cuando argumenta que se trata de comercio diferente al comercio convencional basado en la justicia social, la calidad de producto (certificado) y el cuidado de la naturaleza, la vinculación directa y de largo plazo entre pequeños productores y consumidores y contribuye a la construcción de un modelo de desarrollo sustentable y solidario.³

Sin restar atributos a las apuestas del Comercio Justo, habría que preguntarnos de manera crítica qué tan justa es esta alternativa socioeconómica. Los mismos Cecon y Cecon (2010, p. 98) nos advierten sobre algunas de sus contradicciones y tensiones en su interior:

- Los productores y la certificación: una relación difícil dado que algunas organizaciones de productores estiman el sistema de certificación y regulación del Comercio Justo está guiado más por cuestiones comerciales que por la solidaridad;
- La diversificación de los productos y el problema de la transformación (agregación de valor en el sur global);
- La relación inequitativa consumidor-productor: pesa más la voluntad del consumidor que las necesidades del productor;

Algunas críticas adicionales al Comercio Justo son las siguientes:

- El costo energético por el transporte interoceánico (no de proximidad);

.....
 2 La estrategia para 2016-2020 se concentra en: “crear beneficios para los pequeños productores y trabajadores; profundizar el impacto mediante servicios y programas; crear mercados fairtrade; influenciar los planes de acción de los gobiernos y construir un sistema global sólido” (ver: <https://annualreport15-16.fairtrade.net/es/about/>).

3 De acuerdo con Cecon y Cecon (2010, p. 98), “Comercio Justo México, creado en 1999, es la única iniciativa nacional de un país del Sur y brinda su sello a nueve marcas de café en México.”

- Establecer un mayor vínculo con la soberanía alimentaria para incluir a los más pobres (que quedan fuera de la Red) y eliminar las barreras que impiden pasar de una producción de bajos salarios a una de mayor valor agregado.
- Sostener una mayor acción política, mediante acciones colectivas, contra las empresas transnacionales (el comercio justo se encuentra más cercano a la filantropía que a la mejora real de los derechos de los productores) y contribuir al fortalecimiento de los movimientos sociales⁴.

5.3.2. Sistemas Locales de Intercambio o LETS (Local Exchange Trading Systems)

El trueque moderno o LETS nació en Canadá en los años 70 (Vancouver), los Estados Unidos (Virginia) y Alemania. En los años ochenta, desde Canadá se expandieron a Australia, Nueva Zelanda y Reino Unido, donde crecieron de manera amplia. Ya en los noventa surgieron en Francia, donde el sistema SEL (Sistema de Intercambio Local) tiene 300 nodos.

Como sostiene Julio Gisbert (2014, pp. 11-14), los sistemas LETS (Sistemas Locales de Comercio e Intercambio, en español) se basan en sistemas de trueque y son iniciativas locales no lucrativas que proveen a la comunidad de información de los productos y servicios que sus miembros pueden intercambiarse entre sí. Para ello utilizan una moneda o divisa propia cuyo valor es consensuado por ellos mismos y registran manual o electrónicamente todas las transacciones realizadas entre ellos. Los principios básicos sobre los que se sustentan son la reciprocidad, la confianza y la ayuda mutua.

Se considera que estas iniciativas nacen cuando existen situaciones en la economía -desempleo, precariedad, migraciones, incremento de la pobreza, etc.- que afectan las condiciones locales. Los sistemas LETS surgen como alternativa al crear un nuevo mercado local paralelo al tradicional y un sistema bancario alternativo. Gisbert afirma que las aptitudes, habilidades, conocimientos e incluso los bienes de las personas son los que se ponen en común para utilizarlos como valor de intercambio en beneficio de la comunidad.

La entidad parabancaria funciona con cuentas individuales en la nueva moneda local y libres de fluctuaciones y especulación ya que la base del sistema es la confianza y el bien

.....
 4 Estas acciones colectivas deberían considerar a los sindicatos y otras organizaciones y movimientos sociales, hacia luchas transformadoras no sólo sectoriales, sino más integradas e integrales.

común. Crédito y alquiler de objetos también puede formar parte del sistema y la riqueza generada no sale de la comunidad⁵.

Como suele suceder en otras experiencias sociales de todos tipos, el voluntarismo de sus promotores y la falta de apoyo institucional a estos proyectos suelen ser las razones principales por las que la mayoría de estas iniciativas perduran muy poco en el tiempo o caen en la marginalización hasta desaparecer. En contrapartida, en los casos que emergen y crecen rápidamente como en Australia, Reino Unido y en Argentina, se han tenido que reglamentar e incluso tributos incluso en moneda local.

5.3.3. Los Mercados Sociales

Una de las prácticas alternativas a los mercados del capitalismo que más están creciendo de manera reciente son los mercados sociales, principalmente en España. Herederos de las tradicionales ferias locales o regionales de ECOSOL⁶, los mercados sociales pretenden convertirse en un paso más adelante, un espacio más articulado entre productores y consumidores. Como veremos más adelante, los mercados sociales buscan alcanzar conexiones intercooperativas parecidas a las Circuitos Económicos Solidarios impulsados en Brasil por Euclides Mance.

Sin embargo, como señala Jordi García (2010, p. 62), el aislamiento es la principal debilidad de la mayoría de las experiencias económicas solidarias y al mismo la mayor limitación al desarrollo del sector:

.....
5 Este sistema funciona de manera parecida a los bancos de tiempo y distinta a las monedas sociales que requieren la existencia del dinero físico.

6 Un ejemplo de ello, entre muchos en España, es la Feria Economía Solidaria Pamplona. Con **stands informativos y de venta de productos** y servicios de diferentes organizaciones y empresas de economía social y solidaria que forman parte del Mercado Social -finanzas éticas, transporte sostenible, comercio justo, energías renovables, construcción, textil, mensajería, turismo responsable, inserción socio-laboral, entre otros- la Feria cuenta con presentaciones, exposiciones, y actividades culturales con el fin de **fortalecer y visibilizar la Economía Solidaria** y acercar el Mercado Social a la ciudadanía y promover la inter-cooperación y el consumo responsable entre personas y organizaciones productoras y personas consumidoras. Otro ejemplo, en Latinoamérica, lo constituye la Feria EcoSol de Santa María en Río Grande do Sul, en Brasil, la cual se realiza anualmente y logra reunir hasta 200.000 visitantes. Para el caso de México, con un crecimiento sostenido desde sus inicios en 1999, la Feria Ecosol de Dolores Hidalgo en el estado de Guanajuato se ha convertido en una de las más importante y famosas.

“Si bien es verdad que existen realidades consolidadas de la economía solidaria en cada una de las fases del ciclo económico y que la intercooperación siempre está en boca de sus actores, a la hora de la verdad la mayoría de iniciativas no colaboran ni se articulan entre sí, a veces ni tan sólo se conocen. Los productores cooperativos no suelen distribuir sus productos por canales de comercialización justa ni depositan su capital en entidades de finanzas éticas”.

De acuerdo con la Asociación de Redes de Mercado Social (konsumoresponsable, 2018 y Askunze, 2013, p.114):

“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. El objetivo es que esta red pueda 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”.

En buena medida los mercados sociales buscan dos grandes objetivos:

- Construir un espacio de consumidoras, proveedores y distribuidoras, donde la ciudadanía pueda ejercer nuestra opción de consumo con compromiso social.
- Oponer un frente alternativo a los grandes almacenes y supermercados capitalistas y su lógica depredadora y consumista.

Los mercados sociales pretenden, en cada uno de los territorios, además:

- Potenciar la visibilidad, viabilidad y sostenibilidad de las entidades de Economía Solidaria y, especialmente, crear circuitos alternativos al comercio convencional desde la perspectiva del consumo responsable.
- Fomentar e Implicar en la corresponsabilidad a cada persona o entidad consumidora, productora, distribuidora, para cambiar el mercado.

Cada uno de los mercados sociales en España forman parte y se coordinan a través de la Asociación de Redes de Mercado

Social: REAS Red de Redes, Coop57 (Servicios financieros éticos y solidarios), Fundación Fiare (Banca ética), Seguro ético y solidario CAES, Som Energia (cooperativa de energías renovables), Centro de Información e Investigación en Consumo (editores de la revista Opciones), Ecologistas en Acción (300 grupos ecologistas confederados), Diagonal (periódico quincenal de actualidad crítica) y los mercados sociales de cuatro territorios representados por Aragón, Baleares, Euskadi, Navarra y Madrid. Entre todas estas organizaciones suman más de 50,000 personas socias, 10,000 trabajadoras contratadas y más de 1,500 entidades organizadas alrededor de la economía solidaria.

Para Carlos Askunze (2013, p.114), uno de los referentes españoles de las prácticas de economía solidaria -promotor de los mercados sociales y coordinador de REAS Euskadi-, el mercado social es una propuesta de comercialización alternativa y consumo crítico que surge desde el REAS, con el apoyo de otras organizaciones sociales, con el fin de concretar en la práctica un espacio alternativo de producción, comercialización, financiación y consumo. Se trata, en definitiva, de poner en práctica los principios de la Economía Solidaria e interconectar las diferentes iniciativas económicas que impulsamos.

Blanca Crespo y Fernando Sabín (2014, p. 97), por su parte, enfatizan que se trata de interconectar o articular las diferentes iniciativas económicas que impulsan las economías solidarias poniendo en el centro al mercado como el espacio equitativo, democrático y solidario transformación de las relaciones económicas:

“(...) abordar el mercado como escenario principal de transformación reconociendo que los intercambios económicos son expresión de nuestra interdependencia y que el fin último del mercado no es el lucro individual, sino el bienestar colectivo y el establecimiento de relaciones de confianza, cercanía y reciprocidad, esto se traduce en una suerte de desmercantilización del propio mercado y de las relaciones personales. Adjetivar, por tanto, como social al mercado que queremos construir implica poner en el centro de las relaciones económicas las personas y la sostenibilidad de la vida; y poner las bases para hacerlo alcanzable a través de la aplicación de los siguientes principios: democracia económica, justicia, coherencia entre producción y consumo, igualdad y derecho a la participación económica. Principios que no sólo se recogen en la carta de la economía solidaria, sino que son los que mueven el cambio político y social actual en este país.”

De ahí que, siguiendo con Askunze, las características básicas de la propuesta del mercado social sean las siguientes:

- “Un mercado basado en valores alternativos a los del mercado capitalista: equidad, transparencia, democracia, solidaridad, participación, sostenibilidad ambiental, inclusión social, etc.
- Un mercado que promueve y se basa en la intercooperación entre las entidades de la economía solidaria, para poder subsistir, crecer y ser alternativas económicamente viables.
- Un mercado en el que los pequeños productores y productoras vuelvan a controlar la venta y distribución de lo que producen y puedan fijar el precio de sus productos o lo fijen de común acuerdo con las personas consumidoras.
- Un espacio donde la ciudadanía pueda ejercer una opción de consumo con compromiso social y que aglutine los esfuerzos de las personas consumidoras para multiplicar su potencial transformador.
- Un mercado que impulse y fortalezca el sector de la Economía Solidaria, las empresas de inserción, los productos y servicios de entidades con compromiso social, el comercio justo, la soberanía alimentaria, los productos locales y ecológicos, las finanzas y seguros éticos, etc.
- Un mercado en el que la ciudadanía pueda visualizar de manera integral todos los productos y servicios del sector de la Economía Solidaria” (2013, p. 115).

Para el mismo Askunze, las tareas educativas y de sensibilización ciudadana son fundamentales: favorecer el consumo de productos y servicios alternativos y rechazar el sobreconsumo superfluo y la publicidad agresiva, proponiendo boicots a empresas que violan los derechos humanos, ambientales y/o sociales, etc.

Finalmente, Crespo y Sabín (2014, pp. 114-115) hacen cara frente a los dos grandes retos de los mercados sociales:

- Escalabilidad: crecimiento hacia grandes sectores del consumo como el bancario, energía, telecomunicaciones, ropa, servicios profesionales, cultura como un movimiento capaz de influir en la economía del país de manera más integral;
- Apegarse a las propuestas teórico-prácticas de los movimientos sociales y seguir retroalimentándose de corrientes de pensamiento convergentes como la economía feminista, el ecologismo o el decrecimiento.

Algunas experiencias locales van tratando de responder a estos retos desde los supermercados cooperativos. Una experiencia consolidada ubicada en Brooklyn, Nueva York, en los Estados Unidos, es la Park Slope Food Coop (o FOOD COOP) con cuatro décadas funcionando. Se trata de:

"(...) un supermercado cooperativo propiedad de las más de 16,000 personas socias, que vende productos ecológicos, de proximidad, comercio justo y un porcentaje de convencionales, cuando el diferencial de precio es muy grande. Más de 70 empleados y tres horas al mes de trabajo obligatorias para asociados, que logran rebajas en los precios que rondan el 40% manteniendo la justicia en el pago a proveedores. El supermercado más rentable de la ciudad, haciendo diez veces la venta por m² de los supermercados convencionales. Disponen de servicio de guardería, editan su propio periódico para pasar el rato en las largas colas, tienen una amplia oferta sociocultural y han impulsado innovadores mecanismos de gestión para posibilitar la autoorganización de miles de personas." (Fernández, 2017).

Con la producción y exhibición de su documental⁷, Food Coop ha ayudado a generar una ola de experiencias similares de menores dimensiones, pero con cierto escalamiento, en más de 50 ciudades como Bruselas, París, Madrid, Estocolmo, Parma, entre otras. Entre los supermercados cooperativos españoles destacan:

- El supermercado La Louve de París con más de 5,000 personas asociadas,
- la asociación Landare, en Navarra, que agrupa a más de 3,600 familias,
- Bio Alai en Vitoria con 1,400 socios,
- Labore de Bilbao,
- Encinar en Granada, con 400 participantes,
- Árbore en Vigo,

.....
 7 Como una manera de impulsar la generación de supermercados cooperativos, FOOD COOP ha realizado un documental que ha sido exhibido ya en numerosas ciudades del mundo y de España. Un extracto (trailer) de este documental puede verse en: <http://foodcoop.film/es/el-documental/> y <http://foodcoop.film/es/park-slope-food-coop/>

- Som Alimentació en Valencia,
- L'Egarenca en Terrassa,
- El Brot en Reus,
- Bioetremol, la cadena de tiendas cooperativizadas de Alicante y
- MARES en Madrid.

5.3.4 Los Mercados Solidarios

Muy cercanos en términos conceptuales y en sus objetivos a los Mercados Sociales -tanto que no resulta fácil distinguirlos y aunque todavía con alcances más limitados en sus experiencias-, el concepto de mercados solidarios nos permite acercarnos más a las economías solidarias tanto en su pensamiento como en su acción. Lo solidario se vuelve fundamental en esta perspectiva.

Una definición amplia y precisa de los mercados solidarios, desde su perspectiva ética, es la que sostienen Plasencia y Orzi (2006, pp. 25-26):

"(...) Un mercado solidario es un mercado en el que sus participantes (compradores, vendedores, productores, usuarios, reguladores, legisladores, promotores, etc.) actúan con una lógica en la que la búsqueda de ventajas económicas particulares se realiza en el marco de consideraciones morales, que limitan el campo de las acciones aceptables, de modo que nadie pueda resultar afectado en las condiciones de reproducción de su vida. Estas consideraciones morales persiguen el objetivo general de permitir el desarrollo de las capacidades e iniciativas humanas, asegurando –a la vez– la reproducción de la vida de todos".

Destacan es esta definición su gran objetivo, que es la reproducción de la vida de todos; el paso de una economía de mercado a una sociedad con mercado (no sólo regulado estatalmente, sino controlado socialmente); con intercambios no regidos por precios, y menos aún autorregulados; donde competencia y cooperación se complementan, pero con prevalencia de la cooperación; y, como todo en la vida humana, no exenta de conflictos y dilemas como intercambios

bios desiguales, diferencias entre productores y consumidores, exclusiones diversas tanto entre productores como entre consumidores, con tensiones entre la “mercadofilia” propia de los neoliberales y la “mercadofobia” propia de los alternativos (Plasencia y Orzi (2006, pp. 26-28).

Esta definición es abarcadora de actores vinculados comunitaria y socialmente, pero ceñida a la solidaridad como una característica fundamental de estos mercados donde este valor se practique en sus propias organizaciones y redes y que deben proyectar al conjunto de la economía.

Por su parte, Hened Josefina Musalem Aquino (S/F), en su blog personal, tiene un ensayo que lleva por título “Mercados Solidarios: Espacios de resistencia”, donde afirma que la característica principal de los mercados solidarios es:

“(…) unificar la producción y el consumo, como procesos que forman parte de un todo, al volverse los espacios donde los productos se distribuyen para su consumo de forma directa, en base a lógicas no capitalistas de vida en las que el principal objetivo es la producción/consumo para la reproducción de la vida (entendida en su sentido más amplio que sería la reproducción de todo lo viviente, es decir, la naturaleza que incluye a los seres humanos) intentando construir una propuesta de proyecto emancipador”.

La vinculación no capitalista de productores y consumidores para la reproducción de la vida y la construcción de un proyecto emancipador es la clave de los mercados solidarios. Desde esta perspectiva, a los participantes de estos mercados solidarios se les podría llamar “**prosumidores**” (combinación de las palabras productor y consumidor). De forma que, para la autora mencionada, esta forma de vinculación rompe con las dos esferas de los mercados convencionales y con la figura del intermediario que se apropia de una buena parte de la riqueza generada. El proceso de vinculación favorece la transformación subjetiva -subjetivación- de los individuos al participar en uno u otro ámbito, así como también la subjetivación social al participar en un colectivo. Acontece, como señala Hened Musalem retomando a Bolívar Echeverría (2014): “el producir es objetivar, inscribir en la forma del producto una intención transformativa dirigida al sujeto mismo, en tanto que consumidor (...) se absorbe la forma de la cosa y se deja transformar por ella”.

Por su parte, en su estudio sobre monedas sociales y merca-

dos solidarios, Plasencia y Orzi (2006), proponen varios asuntos relevantes:

- El objetivo es la reproducción ampliada de la vida de todos.
- Tanto la cooperación como la competencia participan en la dinámica de un mercado solidario.
- Los intercambios no están regidos sólo por precios (y menos por precios que se autorregulan) sino por un espacio de socialización en donde se producen encuentros, intercambios de información, se facilita el conocimiento mutuo, la construcción de redes sociales, etc.
- Aceptar el mercado, aun solidario, conlleva conflictos y dilemas, ventajas y riesgos: los emprendimientos entren en competencia entre ellos, se someten al arbitraje de los consumidores, genera dilemas al posibilitar intercambios desiguales, se puede tornar excluyente (solo incluye a los ganadores en la competencia).

Por esta última razón, señalan los autores, los mercados solidarios necesitan de la presencia significativa de productores y consumidores asociados, vinculados a comunidades más amplias, que practiquen en sus propias organizaciones y redes los valores morales que deben proyectar al conjunto de la economía.

5.3.5 Los Circuitos Económicos Solidarios

Los trabajos del brasileño Euclides Mance (2018) -filósofo de la liberación, sociólogo de la complejidad e investigador y asesor de economías liberadoras solidarias- se han centrado especialmente en el estudio, comprensión y promoción -una conjunción transformativa de pensamiento/afectos/acción- de las Redes solidarias, su revolución socioeconómica, y su concreción específica en los Circuitos de Colaboración Solidaria o Circuitos Económicos Solidarios (CES, en adelante).

Hemos visto que desde la perspectiva del análisis marxista las diversas formas de acumulación del capital ocurren entre la desposesión -vía primaria u originaria-, la represión -violación sistemática y estructural de derechos- y la acumulación por explotación del trabajo. Sin descartar las anteriores vías de acumulación capitalista, esta última es la perspectiva marxista que enfatiza Euclides Mance en su propuesta, aunque incluye también la explotación de la naturaleza.

De acuerdo con Mance, en la economía del capital y su reproducción ampliada, la plusvalía es generada por el trabajo, el

cual es explotado por el capital productivo, pero es compartida y convertida en ganancia por las dos clases de capital-productivo e improductivo. Sin embargo, sugiere Mance, la cuestión es aún más compleja, pues los flujos de la economía del capital están interconectados con los flujos de la economía social y solidaria. Por esta razón, Mance nos propone no sólo atender el modo de producción alternativo, dado que su plusvalor solidario de hecho es extraído a partir de los intercambios con el sistema del capital, sino también sus flujos de intercambio (2017, sin página):

“Cuando la economía social y solidaria produce valores de uso, pero no soluciona el intercambio de valores, gran parte del valor generado por el sector solidario es acumulado por empresas capitalistas que compran y venden productos solidarios o financian la producción, intercambio y el consumo de estos productos. Así, es un gran error focalizar la atención solamente sobre el modo de producción. Es también necesario focalizar la atención sobre el sistema de intercambio. Los Circuitos económicos Solidarios presentan una solución para este problema bajo la perspectiva de la economía de liberación”.

De ahí que, para Mance (2011), los Circuitos Económicos Solidarios integren procesos de consumo, comercialización, producción, financiamiento, desarrollo tecnológico y humano, de manera territorial en diversas escalas, para promover el desarrollo económicamente viable, ecológicamente sostenible y socialmente justo para el Buen vivir de todos. La organización de Circuitos Económicos Solidarios exige, entonces, la constitución de redes colaborativas entre actores solidarios y una reorganización de los flujos económicos que atraviesan un territorio o una red.

Mance, en el mismo texto, distingue dos formas de operación básicas de los Flujos de Medios Económicos:

- En el mercado: se regulan por “la escasez” (oferta menor que demanda) para que haya acumulación de valor económico mediante la generación de lucro y utilidades;
- En las redes de economía solidaria: se regulan por “la abundancia” (atención a las necesidades de todos) para asegurar el Buen vivir de las personas y preservando el equilibrio dinámico de los ecosistemas.

Por lo anterior, para reorganizar los flujos económicos de manera sostenible y solidaria es necesario crear lazos de retroalimentación económica entre los actores solidarios de una red o territorio posibilitando reproducir, de manera ampliada, el valor económico en provecho de todos. El proceso implementado en un Circuito Económico Solidario resulta ser virtuoso ya que permite que el consumo solidario de productos y servicios active la producción; el aumento de la producción crea puestos de trabajo; la generación de puestos de trabajo distribuye la riqueza; la distribución solidaria de la riqueza activa tanto el consumo solidario cuanto la creación de nuevos emprendimientos y empresas y la creación de nuevos emprendimientos y empresas genera productos diversificados y nuevos puestos de trabajo. Y así sucesivamente. Sin embargo, para Mance, este ciclo se reproduce ecológicamente, garantizando sustentablemente el Buen vivir de la colectividad.

Por tanto, no basta con promover experiencias micro de economía solidaria, sino que resulta fundamental constituir redes de economía solidaria para reorganizar los flujos económicos de un territorio y para impulsar el desarrollo endógeno a partir de sus comunidades en favor del buen-vivir de todos. Para el filósofo y sociólogo brasileño, algunos aspectos o pasos a destacar en la instrumentación de los Circuitos Económicos Solidarios son los siguientes (Mance, 2011):

- Mapear los flujos económicos que atraviesan los territorios y redes locales, nacionales e internacionales.
- Proyectar la producción bajo demanda para el atendimento de las necesidades mapeadas.
- Proyectar los circuitos económicos solidarios y redes colaborativas para conectar emprendimientos y facilitar su integración.
- Crear emprendimientos y adoptar las tecnologías sociales adecuadas para fortalecer los intercambios económicos solidarios proyectados.
- Formar redes de economía solidaria integrando los varios actores.
- Reorganizar las cadenas de producción, comercialización, consumo y financiamiento.
- Constituir arreglos socioeconómicos solidarios para promover el desarrollo endógeno sustentable en sus dimensiones económica, ecológica y solidaria.

En suma, a través de los Circuitos Económicos Solidarios es posible:

“organizar un modo nuevo de apropiación económica, que compone formas de propiedad individual, asociativa y pública, mediado por un sistema de intercambio económico solidario que compone de manera estratégica tres modos distintos de obtención de medios económicos -comprar-vender, truequear-truequear y dar-recibir- para que se pueda realizar la liberación de las fuerzas productivas, poniéndose el desarrollo científico y tecnológico al servicio del buen-vivir de toda la humanidad” (Mance, 2018, sin página).

O, dicho de otra forma, se trata de transitar de una economía fundada en “acumular valor de cambio” hacia una economía fundada en “distribuir valor de uso” mediante la organización de cooperativas integrales de autogestión comunitaria y sus circuitos solidarios de intercambio. En este sentido, Lopera y Mora señalan -en las conclusiones de su estudio “Los circuitos económicos solidarios: espacio de relaciones y consensos” (2009, p. 92)-, que la integración solidaria en forma de circuitos se constituye en una de las posibilidades más importante del sector socioeconómico solidario, puesto que es la que se convierte en la clave de la viabilidad de los proyectos de cada unidad económica. Es decir, que: “en cada nivel y en cada organización de grupos la relación social es la que organiza los factores para producir en las distintas fases económicas. De este modo, las relaciones comunitarias se vuelven más importantes, como un verdadero factor económico, al igual que el trabajo, la tecnología, los medios materiales o el financiamiento (...).

En palabras nuestras podemos afirmar que los CES pretenden “sistemizar” de manera práctica y concreta, así como en lo local y regionalmente, las diversas iniciativas económicas solidarias: las dimensiones ética, económica, social-solidaria, ambiental e incluso de innovación social y tecnológica están presentes en sus intenciones, objetivos y estrategias de articulación e intercambio.

5.4 Análisis comparativo de las alternativas a los mercados del capital

Por tanto, aunque las fronteras entre las diversas prácticas alternativas al mercado son porosas, en el Cuadro 5.2 realizamos un primer ejercicio de reconocimiento de los actores que realizan dichas prácticas. Como se observa, hemos utilizado las categorías analíticas del capítulo anterior, aderezadas con al-

gunas adicionales que creemos necesarias para completar el análisis. Conviven en este cuadro las siguientes: ya explicadas en el capítulo anterior, significación (valores), relaciones de intercambio, condiciones espaciales de intercambio, valor de productos y servicios, determinación del valor, prácticas para la toma de decisiones, tipo de organización; y las nuevas categorías como proximidad o alcance territorial (global, nacional, regional, local-comunitaria), recursos implicados (sociales-solidarios y mixtos -municipales, empresariales, estatales-), otros procesos económicos implicados (financiamiento ético-solidario, capacitación y asesoría en su diversidad -privadas como organizaciones civiles no lucrativas, fundaciones y universidades, o públicas como instituciones gubernamentales), diversidad de productos-servicios intercambiados (amplia, como alimentos orgánicos, artesanías, ropa, cerámica, etc., o restringida, como alimentos), mecanismo de intercambio (alternativo como moneda social-comunitaria y trueque, moneda oficial y mixta), periodicidad de intercambio (permanente o periódico), magnitud-tamaño de la experiencia (macro, meso y micro por cantidad de actores involucrados), sustentabilidad ambiental (circular en todo el proceso de producción, empaque, residuos, o limitada a alguna etapa del proceso), prácticas de equidad de género (participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo), interculturalidad en las prácticas socioeconómicas (participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos), empoderamiento sociopolítico (participación en movimientos sociales e incidencia política en políticas públicas como leyes y programas) y ventajas socioeconómicas para los actores sociales (para algunos como intermediarios, productores, consumidores o para todos).

El Cuadro 5.2 compara las diversas experiencias alternativas mercantiles -Comercio Justo, LETS, Mercados Sociales, Mercados Solidarios y Circuitos Económicos Solidarios- respecto de dichas categorías. Se trata fundamentalmente de un cuadro indicativo, de acuerdo con las diversas prácticas en sus formulaciones y hechos, que debe ser puesto en perspectiva crítica y empírica.

Una rápida observación comparativa nos refleja lo siguiente, obviando que en todos los casos se trata de preponderancias, énfasis o tendencias y nunca una camisa de fuerza analítica sino hipotética:

- En relación a la significación de la experiencia: la reciprocidad y la vida son los valores dominantes en la mayoría, con excepción del Comercio Justo, donde predomina la confianza.

- En las relaciones de intercambio, nuevamente dominan las relaciones directas entre productor y consumidor, con excepción del Comercio Justo donde tiende a prevalecer el intermediario.
- En las condiciones espaciales de intercambio, predomina la relación física cara a cara, salvo en los mercados sociales donde puede prevalecer la relación virtual de las plataformas digitales.
- El valor de uso parece ser el principal valor en las relaciones de intercambio, donde de nuevo Comercio Justo destaca por el valor de cambio de los intermediarios que se combina con el valor de uso de los consumidores.
- Quién determina el valor es una categoría que combina diversas posibilidades: recae más en los intermediarios del Comercio Justo, en los productores de los LETS y Mercados Sociales, y compartido entre productores-consumidores en los Mercados solidarios y los Circuitos económicos.
- La toma de decisiones parece ser de carácter más jerárquico en el Comercio Justo y más democráticas en el resto;
- En el tipo de organización existe una diversidad: formales, no formales y mixtas.
- Respecto al alcance territorial de las experiencias, la mayoría tienden a la escala local-regional, algunas a lo nacional y sólo Comercio Justo a la escala global.
- Los recursos sociales-solidarios prevalecen en la mayoría de las experiencias, con excepción del Comercio Justo y LETS (donde suele haber apoyos municipales).
- El financiamiento ético y los procesos de capacitación-asesoría se encuentran presentes en las diversas experiencias, de manera que el desarrollo de productores como proveedores y de los consumidores desde el consumo consciente o solidario son prácticas continuas en estas alternativas al mercado.
- La diversidad de bienes y servicios intercambiados es amplia en la mayoría de las experiencias, con salvedad tal vez de los Mercados Solidarios, donde tienen a prevalecer los alimentos agroecológicos;
- Los mecanismos o dispositivos mixtos (sociales-solidarios junto con la moneda oficial) para favorecer el intercambio son la mayoría, salvo en el Comercio Justo donde la moneda oficial es la dominante.
- La periodicidad nos indica una cierta permanencia de los intercambios en la mayoría de las alternativas, tal vez con excepción de los Mercados Solidarios que pueden ser semanales, mensuales, etc..
- La magnitud o tamaño de la experiencia nos indica una diversidad: macro, en el caso del Comercio Justo, micro en

las experiencias de intercambio cara a cara como los LETS y los Mercados Solidarios, y meso en los casos de los Mercados Sociales y los Circuitos Económicos.

- Otra categoría central en el análisis es la relación con el medio ambiente, y la hipótesis compleja que proponemos nos indica que tiende a ser circular en la medida en las diversas experiencias procuran cierto cuidado del medio ambiente en todo el proceso de producción-circulación-consumo, tal vez con excepción de los mercados sociales virtuales, donde el control de la sustentabilidad puede resultar más complicado.
- Feminismo y anti-patriarcado son prácticas sociales cada vez más consientes en las alternativas al mercado, de manera que la participación femenina en la toma de decisiones y su liderazgo son reconocidos más ampliamente (aunque ello no significa que no existan contradicciones internas y en otros ámbitos de las mujeres y hombres involucrados).
- La participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos es una nota distintiva de las alternativas al mercado. Tal vez la mayor dificultad se encuentra en el Comercio Justo debido a su dimensión global y de intercambio mediado.
- También la participación en movimientos sociales -vinculados a las economías alternativas, al medio ambiente, al feminismo, a las luchas globales de resistencia, etc.- es cada vez más amplia en las alternativas, y su búsqueda de incidencia política en torno a las políticas públicas como leyes y programas va cobrando fuerza en general con sus limitaciones respecto a su posición con el estado.
- Finalmente, se puede afirmar hipotéticamente que en todas las alternativas las ventajas socioeconómicas son equitativas para todos, (productores, consumidores e intermediarios), pero tal vez sea en el Comercio Justo donde los intermediarios gozan más de ellas sin pretenderlo.

Hemos realizado un amplio repaso de las diversas categorías analíticas aplicadas de manera hipotética a las diversas alternativas. El conocimiento surgido de estudios críticos previos permite suponer lo explicado. Estudios concretos empíricos deberán confirmar o no esta variedad compleja de hipótesis socioeconómicas de las alternativas a los mercados del capital.

Cuadro 5.2
Análisis Comparativo entre las Alternativas a los Mercados Capitalistas

CARACTERÍSTICAS (VARIABLES DE ANÁLISIS)	COMERCIO JUSTO	LETS (Local Exchange Trading Systems)	MERCADOS SOCIALES	MERCADOS SOLIDARIOS	CIRCUITOS ECONÓMICOS SOLIDARIOS Y REDES DE COLABORACIÓN SOLIDARIA
Preponderancia, énfasis o tendencia hacia . . .					
Significación (valores compartidos)	Confianza	Solidaridad Vida	Reciprocidad Vida	Reciprocidad Vida	Reciprocidad Vida
Relaciones de intercambio	Indirectas (intermediario)	Directas (productor- consumidor)	Directas (productor- consumidor)	Directas (productor- consumidor)	Directas (productor- consumidor)
Condiciones espaciales de intercambio	Espacio Físico (cara a cara)	Espacio Físico (cara a cara)	Espacio Virtual (plataformas digitales)	Espacio mixto	Espacio mixto
Valor de productos y servicios	De uso De cambio (precio)	De uso	De uso	De uso	De uso
Determinación de valor	Por el intermediario	Por el productor	Por el productor	Compartido P-C	Compartido P-C
Prácticas para la toma de decisiones	Jerárquicas (organizadores)	Democráticas (todos los participantes)	Democráticas (todos los participantes)	Democráticas (todos los participantes)	Democráticas (todos los participantes)
Tipo de organización (figura legal o no)	Formal (cooperativas, otras)	No formal (red, otras)	Mixtas	No formal (red, otras)	Mixtas
Proximidad o alcance territorial	Global	Regional	Regional Nacional	Local-comunitaria Regional	Regional
Recursos implicados	Mixtos	Mixtos (municipales)	Sociales-solidarios	Sociales-solidarios	Sociales-solidarios
Otros procesos socioeconómicos implicados (además de producción-distribución-consumo)	Financiamiento ético solidario Capacitación y/o asesorías diversas (universitarias, privadas, públicas)	Financiamiento ético solidario Capacitación y/o asesorías diversas (universitarias, privadas, públicas)	Financiamiento ético solidario Capacitación y/o asesorías diversas (universitarias, privadas, públicas)	Capacitación y/o asesorías diversas (universitarias, privadas, públicas)	Financiamiento ético solidario Capacitación y/o asesorías diversas (universitarias, privadas, públicas)
Diversidad de bienes y servicios intercambiados	Amplia (alimentos orgánicos, artesanías, ropa, cerámica, etc.)	Amplia (alimentos orgánicos, artesanías, ropa, cerámica, etc.)	Amplia (alimentos orgánicos, artesanías, ropa, cerámica, etc.)	Restringida (alimentos agroecológicos)	Amplia (alimentos orgánicos, artesanías, ropa, cerámica, etc.)
Mecanismo de intercambio	Moneda oficial	Mixta (trueque, moneda social-comunitaria, moneda oficial)	Mixta	Mixta	Mixta
Periodicidad de intercambio	Permanente	Permanente	Permanente	Periódico (semanal, mensual, semestral, anual)	Permanente
Magnitud de la experiencia (tamaño o cantidad de actores involucrados)	Macro	Micro	Meso	Micro	Meso
Sustentabilidad ambiental	Circular (todo el proceso: producción, empaque, residuos)	Circular	Limitada (de la producción, de envolturas y empaques)	Circular	Circular
Prácticas de equidad de género	Participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo	Participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo	Participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo	Participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo	Participación femenina en la toma de decisiones y liderazgo
Interculturalidad en las prácticas socioeconómicas	NO	Participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos	Participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos	Participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos	Participación de diversas culturas en celebraciones, fiestas, tradiciones y símbolos compartidos
Empoderamiento sociopolítico	Participación en Movimientos Sociales Incidencia Pública (Políticas Públicas como leyes y programas)	Participación en Movimientos Sociales Incidencia Pública (Políticas Públicas como leyes y programas)	Participación en Movimientos Sociales Incidencia Pública (Políticas Públicas como leyes y programas)	Participación en Movimientos Sociales Incidencia Pública (Políticas Públicas como leyes y programas)	Participación en Movimientos Sociales Incidencia Pública (Políticas Públicas como leyes y programas)
Ventajas socioeconómicas para los actores sociales	Para Intermediarios	Todos (productores, consumidores, intermediarios)	Todos	Todos	Todos

Fuente: elaboración propia

.....

5.5 Breve revisión de la literatura sobre casos de alternativas socio-mercantiles en México

Para el caso mexicano, una revisión acotada de la literatura permite descubrir una gran variedad y cantidad de experiencias estudiadas que, desde las alternativas socioeconómicas, apuestan a otros mercados.

El diagnóstico sobre la ECOSOL publicado en 2013 por la Universidad Iberoamericana Puebla (Ibero Puebla), la Secretaría de Economía (SE) y el Instituto Nacional para las Empresas Sociales (INAES) reconoce varios subsectores que la integran: el Agrario, el Cooperativo, el de Empresas de los trabajadores y el de "otros" (donde entran las Sociedades de Solidaridad Social o SSS).

De acuerdo con la IBERO Puebla et al (2013, pp. 7-10), el subsector agrario está integrado por Ejidos, Comunidades, Uniones de Ejidos, Uniones de Comunidades, Sociedades de Producción Rural, Uniones de Sociedades de Producción Rural y Asociaciones Rurales de Interés Colectivo, en el Censo Ejidal de 2007 se reconocía una existencia total de 31,514 entidades. El subsector agrario mexicano resulta vital en todos los sentidos para un modelo alternativo de biodesarrollo y buen vivir en nuestro país: estas figuras sociales rurales poseen poco más de 100 millones de hectáreas, equivalentes al 51% del territorio nacional, donde se encuentra el 80% de los bosques y selvas, el 74% de la biodiversidad y las dos terceras partes de los litorales que tiene el país. Además, el sector social rural, es responsable de poco menos de la mitad de la producción agrícola total. Sin embargo, el subsector agrario ha venido perdiendo asociatividad en el contexto neoliberal mexicano -los ejidos y comunidades con figuras asociativas representan solo el 34.3% del total y cada vez son menos- y "los ejidatarios y comuneros, en su mayoría, más que vender su tierra, están buscando que fluya la inversión privada a los núcleos agrarios, es decir, están practicando una forma neomoderna de rentismo agrario totalmente legal, pero ajena a los propósitos de fortalecimiento y expansión del SSE en el campo mexicano" (p. 11). En este sentido, y tan sólo desde la mirada local y comunitaria, el antropólogo social y ecologista Víctor Toledo (2013) encuentra que "(...) En México existe un registro de un millar de experiencias locales, de inspiración ecológica, realizadas por empresas sociales, casi todas indígenas, distribuidas principalmente por el centro y sur del país".

Sobre el subsector cooperativo -integrado por Sociedades Cooperativas de productores de bienes y/o servicios, Sociedades Cooperativas de consumidores de bienes y/o servicios, Sociedades Cooperativas de ahorro y préstamo y los organismos de integración cooperativa⁸- el mismo Diagnóstico de la Ibero Puebla et al (2013, p. 13) encuentra que no existe un registro oficial de sociedades cooperativas, salvo en el caso de las de ahorro y préstamo, pero se calcula alrededor de 15,000 cooperativas en el país con siete millones de socios. El I Registro Nacional Único de Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (RENSOCAP) de 2013, encuentra un total de 640 cooperativas inscritas con más de 6 millones de socios y activos por más de 90 mil millones de pesos en el mercado alternativo financiero mexicano. Tan sólo la Caja Popular Mexicana -cuyo origen data a 1951-, en un proceso de "oligopolización cooperativa" creciente -con fusión y adquisición de las cajas de ahorro y crédito-, en 2015 llegaba a contar con más de 2 millones de socios cooperativistas en casi todo el territorio nacional⁹. Sin duda, se trata del subsector cooperativo más fuerte y antiguo en el país, y donde:

"la mayoría de las cooperativas de ahorro y préstamo (52% del total), por sus activos y número de socios, son de tamaño pequeño o mediano, ubicadas en el nivel básico de operaciones, con activos menores a 2.5 millones de Unidades de Inversión (UDI's). Del total nacional de cooperativas existentes, únicamente 131 de ellas están autorizadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). Las cooperativas ya autorizadas tienen en común el hecho de estar relativamente consolidadas financiera e institucionalmente, además de contar con el mayor número de socios (76% del total) y administrar el 83% de los activos del sector" (Ibero Puebla et al, 2013, p. 14).

De acuerdo con el documento "Ahorro Financiero y Financiamiento en México. Cifras a Junio 2015" elaborado por la

.....

⁸ Conformadas por Uniones, Federaciones, Confederaciones y el Consejo Superior del Cooperativismo. Existen ocho Confederaciones Nacionales: la Confederación Nacional de Sociedades Cooperativas Pesqueras, la Confederación Nacional de Sociedades Cooperativas de Transporte en General de la República Mexicana, la Confederación Nacional Cooperativa de Actividades Diversas de la República Mexicana, la Confederación Nacional de Cooperativas de Transporte y Servicios Turísticos en General, la Confederación de Cooperativas de Ahorro y Préstamo de México (CONCAMEX), la Confederación Nacional de Cooperativas de Abasto y Comercialización, la Confederación Nacional de Cooperativas de Emancipación Social y la Confederación Mexicana de Empresas Sociales Cooperativas.

⁹ Ver su línea de tiempo en: <https://www.cpm.coop/linea-de-tiempo/>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHyCP) y Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), la captación del ahorro financiero por parte de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito significó tan sólo el 1.8% del total de los intermediarios financieros, es decir, 93,978 millones de pesos contra los 5,330,395 millones del sector (la banca privada, por ejemplo, representa el 74.5% de ese total). Sin embargo, como ya hemos señalado, en términos de la población socia de estas SOCAPS es muy alta.

Por otra parte, entre los estudios académicos destacan los de tipo cualitativo realizados por los miembros de la Red Nacional de Investigadores y Educadores en Cooperativismo y Economía Social y Solidaria (RedCoop)¹⁰, los participantes en la Red Temática de Economía Solidaria y Alternativas Alimentarias (RTESAA)¹¹, así como los investigadores de la Universidad Autónoma de Tlaxcala (UAT), de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR) con sede Quintana Roo¹², entre otros.

Veamos algunos casos de la diversidad de las economías solidarias.

Por ejemplo, el estudio de tesis de Rocío García (2015), nos da una idea de la existencia, objetivos, operación y características de los tianguis alternativos en nuestro país. Su estudio realiza una exploración y comparación entre iniciativas de intercambio en tianguis de distintos territorios, lo que aporta una idea sobre la existencia más general de este tipo de espacios alternativos que recuperar y recrean las prácticas ancestrales de los tianquiztli mesoamericanos. Los casos estudiados por Rocío García son los siguientes:

.....

10 Constituyen esta red académicos de la Universidad Autónoma de Chapingo (UACH) que la coordinan -con Juan José Rojas-, la Universidad Autónoma de Querétaro, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (con José de Jesús Rivera de la Rosa), la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (con las investigadoras Josefina Cendejas y María Arcelia González Butrón), la Universidad de Guadalajara (Sergio Porras y otros) y el ITESO (la Unidad Académica de Economía Solidaria y Trabajo Digno), entre las principales. Ver página web: <http://redcoop.org.mx/>

11 Esta Red fue promovida por el ITESO y constituida en marzo de 2014. Integra a más de cien académicos y líderes de organizaciones sociales regionales de México y América Latina en un compromiso compartido para el diálogo de saberes y la colaboración intercooperativa o intersolidaria. Ver su página web:

<http://rtesaa.redtematica.mx/index.php>

12 Destacan los investigadores Félix Cadena y Laura Collin de la UAT, Boris Maraño y Dania López de la UNAM y Amalia Gracia del ECOSUR.

- El Círculo de Producción y Consumo Responsable, Guadalajara, Jalisco;
- Tianguis Orgánico de Chapingo, Estado de México;
- Tianguis Agroecológico de Xalapa y Tianguis Biocultural de Coatepec;
- Expo-Venta de Productos Orgánicos “El Pochote”, Oaxaca, Oaxaca;
- Mercado Alternativo de Tlaxcala;
- Tianguis Comida Sana y Cercana, San Cristóbal de las Casas, Chiapas;
- Tianguis El Huacalero, Tapachula, Chiapas;
- Tianguis Alternativo de Puebla;
- Tianguis Cuexcomate en Cuautla, Morelos;
- Tianguis Alternativo Bosque de Agua, Metepec y Toluca, Edo de México¹³.

En sus conclusiones, García sostiene que los tianguis alternativos lo son porque: a. sus racionalidades van más allá de la clásica racionalidad económica instrumental de los mercados capitalistas hegemónicos; b. abren lugar a la participación de otros actores sociales como campesinos, jóvenes, mujeres y personas de la tercera edad insertos en procesos de producción y distribución, especialmente de alimentos; c. estrechan relaciones con la naturaleza y con los demás con motivaciones que no son solo mercantiles; d. rompen con la fragmentación e individualismo dominantes para crear espacios de socialización y vinculación colectiva (p. 238). En suma, el estudio de García encuentra que nuevos sentidos o resignificaciones se realizan en estos espacios alternativos socio-mercantiles: un intento por crear estrategias de reproducción colectiva de la vida desde la resignificación de las

.....

13 Una experiencia muy importante de este tipo de tianguis son los Mercados Indígenas de Trueque en Santiago Tianguistenco, Estado de México. En marzo de 2019 fue asesinada una de sus principales líderes, la activista Eulodia Díaz (miembro del Consejo Indígena del Trueque), por estorbar a los diversos presidentes municipales, en su mayoría priístas, en sus intentos por controlar y lucrarse económica y políticamente con ellos.

relaciones sociales y con la naturaleza. En otras palabras,“(…) Se dibujan como intentos para la constitución de sujetos sociales, que desde su conciencia y cotidianidad, puedan reappropriarse de la memoria, de lo social y de lo común” (p. 248).

Por otra parte, Boris Marañón, investigador boliviano de la UNAM, en sus diversos estudios empíricos y exploratorios encuentra por su parte una amplia y rica variedad de experiencias cooperativas y solidarias, especialmente en el proceso de la producción de bienes y servicios en el campo y la ciudad. En concreto, en su libro “La economía solidaria en México” (2013, pp. 17-21), destaca las siguientes experiencias:

- La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), en Oaxaca, vinculada con el organismo de cooperación holandesa Solidaridad para formar la asociación Max Havelaar e insertarse desde la década de los ochentas en las apuestas del Comercio Justo global;
- La Sociedad Cooperativa Trabajadores de Pascual, empresa industrial urbana organizada como cooperativa desde 1984 y productora de jugos y refrescos de frutas con más de 5,000 trabajos directos;
- En el ramo de la silvicultura sustentable, las cinco empresas comunales propiedad de la comunidad agraria Ixtlán de Juárez, del estado de Oaxaca: la Unión Forestal Santo Tomás Ixtlán (UFOSTI), la Unidad Comunal Forestal, Agropecuaria y de Servicios de Ixtlán (UCFAS), Servicios Técnicos Forestales, Ecoturismo (Ecoturixtlán) y la gasolinera de la comunidad agraria;
- La sociedad de producción rural Yeni Navan o Michizá, también de Oaxaca, dedicada a la comercialización de café orgánico de campesinos indígenas mixtecos, mixes, chinantecos, chatinos, cuicatecos y zapotecos, aglutina a más de 900 productores de café (30% son mujeres), de 42 comunidades;
- Comunidades Campesinas en Camino -organización de campesinos indígenas zapotecas, chontales, mixes, ikoots, mixtecos y zoques que producen de manera orgánica en la región del istmo de Tehuantepec, Oaxaca- agrupa a casi 1,000 socios productores y alrededor de 5,000 socios en sus organizaciones de ahorro y préstamo;
- La pequeña cooperativa Productos Energéticos Un Estilo de Vida, del noreste de Sonora, agrupa a 10 socios;
- La cooperativa Unidad, Desarrollo y Compromiso, organización promotora del cooperativismo integral de Anehuicillo, Ayala, Morelos, cuenta con 1,400 socios (600 son niños);

- La sociedad cooperativa de venta en común Cupanda (aguacate en purépecha), dedicada a la comercialización de aguacate de la región de Tacámbaro, Michoacán, cuenta con 220 socios productores que en conjunto cultivan 1,000 hectáreas de aguacate y producen 10,000 toneladas al año;
- La sociedad cooperativa de servicios profesionales Semillas de Solidaridad, creada para la promoción y fomento de cooperativas en Tabasco, con una base social en 2010 de alrededor de 1,000 campesinos en 88 emprendimientos asociativos, con presencia en 15 de los 17 municipios del estado.

Amalia Gracia, destacada socióloga argentina adscrita al Colegio de la Frontera Sur, ha realizado diversas investigaciones sobre las economías solidarias tanto en Argentina -con las empresas recuperadas- como en México, con productores organizados en el sur y sureste. En su trabajo “Un recorrido por las experiencias de trabajo asociativo autogestionado en el Sur de México”, Gracia y Horbath-Corredor (2014) nos ofrecen un panorama exploratorio de esa amplia región, aunque muchas de ellas no consolidadas ni articuladas con redes de economía solidaria:

- En relación al ecoturismo o turismo alternativo, destaca el proyecto Puerta Verde, promovida por seis comunidades rurales e indígenas mayas, que involucra dos Áreas Naturales Protegidas de carácter federal, Yum Balam (en Quintana Roo) y Otoch Maax Yetel Koh (en Yucatán);
- Desde la apropiación y búsqueda de autonomía, la experiencia Punta Laguna protagonizada por jóvenes mayas en el norte del estado de Yucatán, que aprendieron a hablar inglés directamente de “la maya” sin pasar por el español;
- En la actividad pesquera destacan las cooperativas surgidas a partir de los años cincuenta del siglo pasado;
- La Cooperativa Kavi Habin está integrada por productores de miel orgánica en el sur de Quintana Roo, cerca de Bacalar, ya con casi ya 20 años de antigüedad;
- Ubicada en Tabasco, la Asociación Civi I’xiktar Yinikos Aj’ Juate Buka dedicada a promover la medicina tradicional, la acuicultura, la desalinización de los suelos y la producción de alimentos orgánicos.

Además, en otras experiencias en el sur-sureste, Gracia y Horbath-Corredor (2014, p. 185-185) ubican a:

- La Unión de Ejidos Nahua Otomí y Tepehua (Veracruz); la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca (Cepco); la Unión de Ejidos de la Selva (Chiapas);
- la Unión de Ejidos y Comunidades de Caficultores del Beneficio Majomut (Chiapas), que fue el antecedente de las actuales cooperativas cafetaleras en Chiapas;
- la Coordinadora de Pequeños Productores de Café de Chiapas (Coopcafe), que agrupa a 36 organizaciones y 17 000 campesinos que dedican una parte de su trabajo a la producción y comercialización de café orgánico.

Por su parte, con diversos estudios de alternativas socioeconómicas solidarias, las investigadoras Josefina María Cen-dejas Guízar y María Arcelia González Butrón (2010), de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, documentan algunas de las experiencias más emblemáticas del estado de Michoacán:

- El Tianguis Purhépecha (TP), experiencia de trueque en la región purhépecha del estado con más de 40 años de existencia donde se intercambian no solo productos, sino también sus pensamientos, alegrías y sentimientos y en el cual participan 10 comunidades indígenas pertenecientes a los municipios de Erongarícuaro, Tzintzuntzan, Pátzcuaro y Quiroga. Tiene dos modalidades: una fija que se realiza en la ciudad de Pátzcuaro dos veces por semana y el Tianguis Purhépecha Itinerante que se realiza periódicamente en diversas comunidades;
- La empresa forestal comunal de Nuevo San Juan Parangaricutiro, que desde un enfoque de aprovechamiento silvícola sustentable y basándose en el bosque parcelizado, ha logrado crear como consorcio 22 empresas y genera 930 empleos directos, rescatando el bosque como propiedad comunal en beneficio directo de los 1,254 comuneros y en beneficio indirecto para sus hijos y familiares. Como señalan algunos, puede tratarse de la empresa forestal comunitaria más diversificada y sofisticada de México;
- la Asociación Michoacana de Promotores de la Empresa Social, A.C. (AMPES, A.C.), dirigida por el Pbro. católico Marcos Linares, en 2010 tenía ya una presencia en 92 de los 113 municipios de Michoacán, con actividades directas en 263 comunidades e involucrando a cerca de 15,000 productores rurales mediante acciones de organización y capacitación para constituir sociedades productivas por derecho propio, autogestivas y cooperantes entre sí vinculando un total de 187 organizaciones, entre grupos de productores y empresas integradoras.

Otro sector cooperativo importante es el pesquero, el cual cuenta con una larga tradición en México. Impulsadas especialmente desde arriba por los gobiernos federal y estatales desde hace décadas, no es posible dar cuenta en este documento de sus dimensiones y alcances, pero a manera de ejemplos algunas de las más representativas ubicadas en el estado de Sinaloa son las siguientes (Castañeda *et al*, 2012):

- Cooperativas Ribereña de Dautillos y Baradito y Altamura destacan por haber logrado una excelente coordinación en los procesos productivos, de gestión, comerciales y conductuales en relación al uso de los recursos pesqueros, así como por poseer altos niveles de funcionamiento interno ante el reto de su gran membresía: la cooperativa Ribereña de Dautillos cuenta con 270 socios, en tanto que la cooperativa Baradito y Altamura tiene 285 miembros. A pesar de gran membresía, las dos organizaciones cuentan con una larga tradición de trabajo y gestión conjunta que les ha permitido adquirir una importante infraestructura... Las cooperativas comercializan de manera directa su producción. El camarón de altamar lo exportan, en tanto que el camarón de bahía lo comercializan en el mercado nacional,
- La cooperativa "Callinectes tortugus" se encuentra en la comunidad de El Tortugo, Guasave en el Sistema Lagunar San Ignacio-Navachiste-Macapule. Es una pequeña empresa social rural, conformada por 15 socios, de los cuales 11 son mujeres y 4 hombres, y es uno de los raros casos de formalización del papel de la mujer en la pesca ribereña.
- Cooperativa Cerro San Carlos, se encuentra ubicada en la ciudad y puerto de Topolobampo, en el Sistema Lagunar Topolobampo-Santa María-Ohuira. La cooperativa integra a 27 socios que han logrado adquirir una importante infraestructura para el desarrollo de su actividad. Actualmente producen y comercializan diversas especies de camarón, calamar gigante, jaiba, sierra y lisa macho. La comercialización de su producción pesquera, es a nivel de exportación y al mercado nacional. El camarón de tallas grandes lo exportan a Estados Unidos y Europa a través de una comercializadora.
- Cooperativas Bacurato, Bacubirito, Chicorato y Vasobuena; Federación de Soc. Coop. Gustavo Díaz Ordaz y la empresa Integradora Desarrollo Integral de Bacurato S.A. de C.V.... La Cooperativa de Bacurato cuenta con 40 socios, las otras tres poseen un total de 32 socios cada una, lo que arroja un total de 136 socios para la Federación. Las cooperativas pescan tilapia azul y bagre de canal en el embalse de la presa Gustavo Díaz Ordaz y conforman la Federación de Sociedades Cooperativas Gustavo Díaz Ordaz. La Federación ha formado una empresa integradora denominada Desarrollo Integral de Bacurato, S. A. de C. V. que es la figura jurídica para la comercialización de los productos de todas

las cooperativas, que junto con la Federación constituyen el ejemplo más exitoso de empresa integradora de productos pesqueros del país.

Por nuestra parte, la RTESAA, en sus dos Cuadernos sobre "Buen vivir y organizaciones sociales mexicanas" (2017 y 2018), hemos documentado algunas de las experiencias de las organizaciones miembro de la Red:

- Alianza Ciudadana para el Desarrollo Regional Alternativo del Sur de Jalisco (ACDRA-SURJA, surgida en 2007 y que cuenta actualmente con cerca de 70 colectivos y presencia en 18 comunidades pertenecientes a 10 municipios, que promueven prácticas de medicina alternativa e intercambio alternativo en tianguis locales;
- Unión Regional de Apoyo Campesino (URAC) y la cooperativa de ahorro y préstamo Cosechando Juntos Lo Sembrado, con aproximadamente 25,000 socios (más del 76% son mujeres), articulados en más de 300 grupos ubicados en 72 comunidades de cinco municipios de Querétaro;
- Unión de Cooperativas Tosepan, en la sierra nororiental de Puebla, con 8 cooperativas de producción, vivienda y ahorro y préstamo que agrupan a 34,000 familias indígenas ubicadas en 200 comunidades de 26 municipios;
- Yomol A´Tel, unión de cooperativas ubicadas en la Misión de Bachajón en las Cañadas de Chiapas, agrupa a más de 300 familias indígenas tzeltales productoras de café, artesanías, miel y otros productos, promueve su comercialización con los puntos de venta Capeltic (cafeterías ubicadas en el Sistema Universitario Jesuita de México);
- Unión de Cooperativas Ñõñhó de San Ildefonso Tultepec, en Amealco, Querétaro, integra a la cooperativa Decora y Construye, el Instituto Intercultural Ñõñho, la Red Doméstica-Granja Integral y promueve la protección del patrimonio biocultural de la comunidad;
- Movimiento Popular de Pueblos y Colonias del Sur (MPPCS), organización social integrada por amas de casa, albañiles, campesinos, obreros, comerciantes en pequeño y artesanos, tiene presencia en tres pueblos y cinco colonias de Tlalpan, Ciudad de México, y lucha por los derechos sociales a la alimentación, la salud, la educación, el agua y la vivienda;
- Centro de Economía Social Julián Garcés (CES), ubicado en la región noroeste de Tlaxcala, promueve la participación de las comunidades en la Cooperativa Matlalkuéytl (con presencia en 20 municipios) y a productores agroecológicos de 4 comunidades en 2 municipios;

- Consorcio Cooperativo de Productores y Exportadores en Forestería, o Consorcio Chiclero, SC de RL, es una empresa social integradora de cobertura regional que cuenta con 36 cooperativas y sociedades activas que agrupan a 2,000 productores de chicle o goma natural ubicados en un rango de 800 kilómetros entre los estados de Campeche y Quintana Roo;

- La Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias de Jalisco (RASA), cooperativa con una membresía de aproximadamente 100 familias campesinas del estado de Jalisco, promueve el fortalecimiento de la agricultura familiar sustentable, a partir del manejo agroecológico del maíz y la milpa mediante la formación agroecológica, el Comercio Justo y la agrodiversidad de la milpa;

- TÚMIN, moneda comunitaria y autónoma surgida en 2010 en Espinal, Veracruz, actualmente presente en 21 estados de la república con 1694 participantes, tiene como objetivo mejorar la economía local y a transformar las vidas de los participantes quienes, mediante el intercambio, son a la vez productores y consumidores (o prosumidores en el ámbito de la Economía Solidaria);

- Grupo Cooperativo Quali y Agua para Siempre, son dos proyectos que materializan la intención de Alternativas, A.C. de promover un proceso participativo de regeneración ecológica, social, cultural y económica en la región de Tehuacán, Puebla que agrupa a más de 1,000 familias productoras de amaranto y cuenta con dos plantas agroindustriales, un museo del Agua y la construcción de 11,427 acciones y obras de regeneración hidroagroecológica ubicadas en 252 localidades de 82 municipios de los estados de Puebla, Oaxaca y Veracruz.

Además de las anteriores experiencias alternativas socioeconómicas, muchas más podrían añadirse a nuestro repertorio nacional. Desde la esfera pública, el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) tiene sistematizaciones de algunas de estas iniciativas de economía solidaria. En este espacio estamos recuperando aquellas no consideradas en otros documentos:

- Ubicada en Juanacatlán, Jalisco, el caso de la cooperativa TRADOC es otra referencia de las empresas recuperadas por los trabajadores en México, además de la cooperativa Pascual. Ambas han sido estudiadas ampliamente desde diversos enfoques de la economía solidaria. Inserta en la cadena de valor automotriz en la producción de llantas, y asociada con la empresa transnacional Cooper Tire, de TRADOC destaca su lucha de tres años hasta su recuperación por los trabajadores que no aceptaron la liquidación. Sus socios ascienden a 1,050, habiendo iniciado actividades con 587 en 2005;

- La Sociedad Cooperativa Unión de Productores Maya Vinic nace dentro de la Sociedad Civil conocida como “Las Abejas” en junio de 1999 y es una empresa social constituida por 516 agricultores provenientes de las etnias Tzotzil, Tzeltal, Chol y Tojolabal, pertenecientes a 36 comunidades de los municipios de Chenalhó, Pantelhó, El Salto y Chalchiuitlán, en la región de los Altos del estado de Chiapas, que se dedican al cultivo del café y miel 100% orgánicos, que se comercializan bajo los principios de Comercio Justo.
- El Centro de Desarrollo Integral Campesino de la Mixteca (CEDICAM) es una organización campesina integrada por mestizos y población mixteca con presencia en 22 comunidades de 8 municipios de la región mixteca alta en donde acompaña a 950 familias que producen sus alimentos utilizando principios y técnicas agroecológicas, el rescate de sus conocimientos y biodiversidad, así como la restauración de sus aéreas erosionadas;
- Centro de Desarrollo Comunitario Centeotl, A.C. es una organización de la sociedad civil que apoya la organización de mujeres y hombres en la región de los Valles Centrales y Sierra Sur de Oaxaca para la promoción del cultivo, consumo y comercialización de amaranto, la dotación de microcrédito a mujeres pobres organizadas que viven en condiciones de pobreza y desarrollo integral de los jóvenes y niños;
- Coordinación Pasado, Presente y Futuro de Miramar (COPPFUMIR), ubicada también en Oaxaca en la comunidad del mismo nombre del municipio de Yucuhiti, se destaca por implementar procesos participativos de planeación democrática del desarrollo local-comunitario y emprendimientos productivos que atienden a las necesidades de empleo y de complemento de ingresos;

Una alternativa socioeconómica valiosa la constituye también la Fundación Kolping México¹⁴. Enfocada más estrictamente a la economía popular, aunque también solidaria, Kolping es una institución que apoya el desarrollo de capacidades emprendedoras en poblaciones de escasos recursos, a través de apoyo técnico y financiero, con el fin de detonar espacios de desarrollo social integral que contribuyan a la superación de la pobreza. Con presencia en diversos estados como Tlaxcala, Querétaro, Estado de México, Veracruz, Chiapas, Puebla o Ciudad de México, promueve pequeñas empresas mediante las cuales los integrantes de los grupos Kolping generan ingresos, con su propio trabajo y esfuerzo, para mejorar sus condiciones de vida y las de sus comunidades. La Fundación Kolping les

14 Se puede consultar su página web en: <http://kolping.org.mx/index.php>

apoya con capacitación, asesoría y apoyo a la comercialización de los productos y servicios que generan.

Finalmente, otros actores académicos importantes que promueven, asesoran y realizan investigación sobre las economías social y solidaria tienen como referencia al Sistema Universitario Jesuita en México. Entre ellos se encuentran el Laboratorio de Innovación Económica y Social (LAINES) de la Universidad Iberoamericana Puebla, el cual propicia experiencias de transformación social a partir de la innovación económica desde el quehacer universitario jesuita; el Centro Internacional de Investigación de Economía Social y Solidaria (CIESS) de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, en tanto centro de pensamiento y acción estratégica donde confluyen investigadores, expertos, dirigentes y miembros de organizaciones sociales, instituciones y grupos empresariales, identificados con la economía social y solidaria; y el Centro Interdisciplinario para la Formación y la Vinculación Social del ITESO (CIFOVIS), instancia interdisciplinaria que forma y vincula a la comunidad universitaria con la sociedad, mediante la identificación, construcción y comunicación de soluciones a los problemas económicos, político-sociales, territoriales, tecnológicos, socioculturales y medioambientales y donde se promueven e investigan redes de alternativas al mercado desde su Unidad académica Básica de Economía Solidaria y Trabajo Digno.

Como es posible advertir, hemos dado cuenta brevemente de la existencia tan sólo de algunas experiencias relevantes de economías solidarias. Además, la gama y diversidad, así como la cantidad y calidad de las experiencias cooperativas y solidarias en nuestro país es enorme. No es posible, ni tampoco se pretende en este documento, dar cuenta de ellas. Se trata de una tarea pendiente en dos formas: en términos cuantitativos, por un lado, mediante la detección, clasificación y cuantificación a través de las cuentas nacionales del INEGI -algo que ya sucede en países de la Unión Europea-; y en términos cualitativos, por otra parte, a través de un mapeo exploratorio territorial -como los relevamientos argentinos y mapeos brasileños¹⁵- y mediante la realización de estudios de caso y la

15 Por ejemplo, en Argentina se realizaron el “Censo de información económica sectorial de cooperativas y mutuales” efectuado en 2007 en Argentina por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) y la Universidad de Tres de Febrero y la “Encuesta a Emprendimientos Socioeconómicos Asociativos” efectuada en Argentina de 2005 a 2007 por la Universidad Nacional General Sarmiento (UNGS) y el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. En Brasil, en cambio, se realizó un “Mapeamento da Economia Solidaria” de 2005 a 2006 por el Ministerio del Trabajo y la Secretaría Nacional de Economía Solidaria arrojó un inventario de 21, 578 emprendimientos económicos solidarios (Vaillancourt, 2010, p. 180).

sistematización de las experiencias. La tarea, por tanto, es inmensa pero necesaria.

Asimismo, un abordaje o análisis detallado de la gran diversidad de apuestas comerciales y sociomercantiles de estas experiencias está pendiente. Aparecen, como apenas dibujadas, algunas de esas estrategias: desde la vinculación con los mercados convencionales más conscientes, hasta los alternativos como el comercio justo, la creación de mercados sociales o solidarios, los sistemas locales de intercambio mediante monedas locales o comunitarias, o la constitución de redes de intermediarios solidarios para la distribución y venta de productos.

Una mirada al Cuadro 5.3, donde hemos realizado una breve exploración al abanico de experiencias concretas en diversas escalas que existen en algunas partes del mundo, nos puede dar una idea más tangible de este amplio universo. Los ejemplos de las experiencias están referidas a las diversas alternativas en cuatro escalas: global, nacional, regional y local¹⁶.

Como parte de un proceso de investigación-intervención-formación, nuestro interés más inmediato se centra en la exploración de las alternativas al mercado existentes en Jalisco, especialmente las vinculadas con el Área Metropolitana de Guadalajara.

.....
¹⁶ Hacemos referencia al estado de Jalisco como referencia territorial nuestra por la presencia del ITESO en la región.

Cuadro 5.3*Ejemplos de experiencias alternativas a los mercados capitalistas*

ALCANCE TERRITORIAL	EXPERIENCIAS				
	COMERCIO JUSTO	LETS (Sistemas Locales o Comunitarios de Comercio e Intercambio, con monedas locales y bancos de tiempo)	MERCADOS SOCIALES (Contra la dictadura de los supermercados y pro supermercados cooperativos)	MERCADOS SOLIDARIOS (Redes de Consumo Solidario, con nodos entre agricultores agroecológicos y consumidores)	CIRCUITOS ECONÓMICOS SOLIDARIOS (Redes de Colaboración Solidaria)
GLOBALES	FINE FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) IFAT (International Fair Trade Association) NEWS (Network of the European World Shops) EFTA (European Fair Trade Association)	Community Exchange System (CES) Más de 6,000 monedas locales a nivel global		Red URGENCI (The International Network For Community Supported Agriculture) Urgenci Latinoamérica	
NACIONALES	Comercio Justo México	Columbia Británica (Canadá) Francia (SEL o (Systèmes d'Échanges Locaux)) Alemania (Tauschring) Reino Unido Australia España: más de 400 monedas locales	España Asociación de Redes de Mercado Social ¹ 4 territorios: Aragón, Baleares, Euskadi, Navarra y Madrid Red	Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC)	

Fuente: elaboración propia

.....

1 Formada por REAS Red de Redes, Coop57 (Servicios financieros éticos y solidarios), Fundación Fiare (Banca ética), Seguro ético y solidario CAES, Som Energía (cooperativa de energías renovables), Centro de Información e Investigación en Consumo (editores de la revista Opciones), Ecologistas en Acción (300 grupos ecologistas confederados), Diagonal (periódico quincenal de actualidad crítica) y los mercados sociales de cuatro territorios representados por Aragón, Baleares, Euskadi, Navarra y Madrid. Entre todas estas organizaciones suman más de 50.000 personas socias, 10.000 trabajadoras contratadas y más de 1.500 entidades organizadas alrededor de la economía solidaria.

ALCANCE TERRITORIAL	EXPERIENCIAS				
	<p>COMERCIO JUSTO</p> <p>Túmin: moneda local de Espinal, Veracruz, extendida a muchos estados de la república</p> <p>Bancos de tiempo: Estados Unidos, Inglaterra, Chile, España, Italia y México (en el estado de Sinaloa)</p>		<p>Compartiendo (Aguascalientes)</p>	<p>CDMX: Mercados Alternativos de Consumo Solidario (MACS) Playa del Carmen: Miscelánea Orgánica San Cristóbal de las Casas: Mercado Artesanal y Agroecológico Comida Sana y Cercana Chapingo: Tianguis Orgánico de Chapingo Querétaro: Tianquiztli</p>	<p>Curitiba (Brasil)</p>
<p>JALISCO ÁREA ROPOLITANA DE UADALAJARA (AMG)</p>	<p>Banco de Tiempo de Guadalajara</p>	<p>Brooklyn: Food Coop Francia: La Louve de París España: Landare en Iruñea Bio Alai en Vitoria Labore en Bilbao Encinar en Granada Árbore en Vigo Som Alimentació en Valencia Biotremol en Alicante</p> <p>AMG: + Tianguis Plaza del Expiatorio + Tianguis de Artesanías (Av. Chapultepec) + Tianguis Cultural Guadalajara (IMSS) + Tianguis Artístico (Glorieta Chapalita) + Eco-Tianguis (exconvento del Carmen) + Ecotienda + Círculo de Producción + Azoteas Comestibles + Casa CEM Sur de Jalisco: Tianguis solidarios (Tapalpa, Ciudad Guzmán...)</p>	<p>AMG: + El Jilote² + Cooperativa de Consumo Consciente Milpa + Comunidades de Producción y Adquisición Solidaria (COMPAS) + Mercadito Solidario Alternativo La Flor de Luna + Tequio + Punto Sao Paulo + Ecotienda + Bodega Orgánica (Abastos) Sur de Jalisco: Tianguis Zapotlán, Tianguis Tapalpa</p>	<p>AMG: + G R A M A INTEGRADORA³</p>	

Fuente: elaboración propia

2 EL JILOTE es un mercado virtual de productos agroecológicos con certificación orgánica realizada bajo principios participativos y que fomentan relaciones de confianza, además de promover los compromisos de salud, ecología, equidad y certidumbre ambiental. Ellos certifican a productores que tienen sus productos en los siguientes puntos de venta: Feria de Productores, Tianguis del Círculo de Producción, Eco Mercado, Expo Ecológica Tapatía, Eco Tianguis Ex Convento, Andares Farmer's Market.

3 Proyecto de Red de tiendas con oferta de productos orgánicos certificados en la ZMG agrupadas en una empresa integradora que otorga servicios especializados mediante una cuota y que articula los procesos con un conjunto de reglas de operación.