



Trabajo Fin de Grado

Mercado Social, una economía alternativa.
Social Market, an alternative economy.

Autor/es

Ana Cristina Rodríguez Torán

Director/es

Carmen Marcuello Servós

Facultad: Universidad de Zaragoza
Grado en Administración y Dirección de Empresas
2021 / 2022

Autora: Ana Cristina Rodríguez Torán

Directora: Carmen Marcuello Servós

Título del trabajo: Mercado Social, una economía alternativa

Titulación: Administración y Dirección de Empresas

RESUMEN

La necesidad de equilibrio en la economía y el comercio de los últimos tiempos ha llevado a la sociedad a la creación de un mercado alternativo, con una economía más justa, sostenible e igualitaria. REAS, 10 años atrás, crea una red de Mercado Social ante esta imperativa necesidad de la sociedad. Este mercado cuenta con unas normas y principios básicos, además de diferentes iniciativas como método de control. La más importante: el Balance Social. El Balance Social es una herramienta de control centrada en la medición del impacto social real de las entidades pertenecientes con la sociedad. Compuesto por diferentes indicadores, uno de ellos es la igualdad de género en el ámbito económico. Este trabajo se centra en el análisis de este indicador a nivel estatal y autonómico para, posteriormente, proceder a realizar una comparativa de ambos.

ABSTRACT

The need for balance in the economy and trade in recent times has led society to create an alternative market, with a fairer, more sustainable and egalitarian economy. REAS, 10 years ago, created a Social Market network in response to this imperative need of society. This market has some basic rules and principles, in addition to different initiatives as a control method. The most important: the Social Balance. The Social Balance is a control tool focused on measuring the real social impact of the entities belonging to society. Composed of different indicators, one of them is gender equality in the economic sphere. This work focuses on the analysis of this indicator at the state and regional level to subsequently proceed to make a comparison of both.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MERCADO SOCIAL: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS	6
2.1. DEFINICIÓN	6
2.2. CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS DEL MERCADO SOCIAL	9
2.3. EXPERIENCIAS DE MERCADOS SOCIALES EN ESPAÑA	11
2.4. EXPERIENCIA DEL MERCADO SOCIAL EN ARAGÓN	13
3. BALANCE SOCIAL: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS	16
3.1. DEFINICIÓN	16
3.2. CARACTERÍSTICAS Y MODELO	17
4. LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA ECONOMÍA SOCIAL	19
4.1. EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES DE IGUALDAD EN EL MERCADO SOCIAL DE ARAGÓN	22
4.2. ANÁLISIS COMPARADO DE LOS INDICADORES DE IGUALDAD DE ARAGÓN Y ESPAÑA	25
5. CONCLUSIONES	27
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen principios Carta de Economía Solidaria de REAS.	9
Tabla 2. Sectores territoriales.....	12
Tabla 3. Desglose de indicadores de igualdad	22
Tabla 4. Variación porcentual interanual de los indicadores de igualdad.....	23
Tabla 5. Comparación indicadores Estatales y Autonómicos (2020).....	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Relaciones internas y externas de la Economía Social	11
Gráfico 2. Indicadores del Balance Social	18

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de una economía justa y solidaria para la sociedad actual ha llevado a exponer ideas de creación de mercados sociales que se han hecho realidad en España gracias a REAS (Red de Economía Alternativa y Solidaria).

A través de la creación de diferentes Redes Territoriales se han puesto en marcha mercados de economía social con el propósito de suplir las deficiencias creadas en los mercados de economía tradicional como son, las diferencias entre el reparto de los beneficios, la desigualdad de oportunidades por género o situación social, las mermas de activos creadas o la inestabilidad medioambiental. Para hacer posibles los objetivos de la Economía Social es necesaria una Inter cooperación de las diferentes Redes Territoriales.

Para ello, se han creado variados mecanismos de control como son, el Balance Social, las Auditorias Sociales, unas bases fundamentadas en unos principios básicos generalizados: principio de equidad, principio de trabajo, principio de sostenibilidad ambiental, principio de cooperación, principio “sin fines lucrativos” y principio de compromiso con el entorno.

Hay que poner de manifiesto las experiencias de estos Mercados Sociales en España y más específicamente en Aragón para poder dar a conocer los índices utilizados en los Balances de Auditoria Social: política laboral, democracia, sostenibilidad medioambiental, intercooperación, ausencia de ánimo de lucro y compromiso social, fundamentados en los pilares básicos de la Economía Social. La falta de igualdad y equidad de género en la economía tradicional hace mayormente relevante la importancia de analizar los datos relativos al feminismo tanto en España como en Aragón y, así, poder compararlos y sacar unas conclusiones beneficiosas para toda la sociedad que ayuden a seguir avanzando y mejorando en este sector de la economía.

El objetivo de este trabajo es examinar las redes de intercooperación creadas a través de los mercados sociales en España y los mecanismos de control utilizados para asegurar la consecución de diferentes objetivos marcados por la Economía Social. Asimismo, a través del análisis de diferentes indicadores de igualdad se realiza un análisis comparado a nivel estatal y en Aragón.

Para la realización de este trabajo se realizó una revisión bibliográfica tanto académica como de las diferentes entidades vinculadas. Posteriormente, se realizó un filtrado de información más relevante para el objeto de estudio y se profundizo en aquellos temas que iban a servir para desarrollar el presente trabajo. Tras la recopilación de toda la

historia del Mercado Social, se observó la importancia de la recopilación de información sobre el Balance Social, ya que los indicadores utilizados en él son el pilar fundamental para la obtención de información y representativos del análisis realizado a lo largo de este trabajo. Más adelante, se vio conveniente centrarse en el indicador de igualdad de género. En las páginas web oficiales, a nivel estatal y en Aragón, se accedió a los datos relativos a los indicadores, los cuales fueron guardados y consultados posteriormente. Se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo y se realizaron tablas y gráficos para la mejor observación de estos. Una vez recabada toda la información, se tuvo en cuenta la estructura de diferentes informes para poder proceder a la realización de este documento. A lo largo del desarrollo del trabajo se consultó varias fuentes en busca de alguna novedad para poder introducirla. Con el fin de poder estudiar de forma objetiva los hechos que se plantean en este trabajo se parte del método científico. Es por ello por lo que nos servimos en este trabajo de una parte teórica (la historia del Mercado Social, la historia del Balance Social, cuál ha sido el procedimiento para su creación y las necesidades que llevaron a ello y como han sido cubiertas) y de una parte empírica (donde se realiza un análisis de los indicadores de igualdad de género partiendo de datos reales).

2. MERCADO SOCIAL: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

2.1. DEFINICIÓN

El Mercado social puede adoptar diferentes formas jurídicas formales, entre ellas el modelo cooperativo o asociativo. En el caso del Mercado Social de Aragón se define como “una agrupación de personas y entidades que entienden su relación con la economía de otra manera. Lejos de los beneficios, lo importante son las personas. Adopta como forma una cooperativa en la que son socias tanto entidades como personas consumidoras. Todas ellas pueden participar en las decisiones colectivas”.

(<https://mercadosocialaragon.net/que-es-el-mercado-social/> . 2022)

Esta idea nace hace 10 años en la Red de Economía Alternativa y Solidaria (en adelante REAS), ante la insostenibilidad del modelo económico actual y con la finalidad de crear redes territoriales de apoyo mutuo e interconectar los diferentes proyectos e iniciativas económicas en un circuito económico que ayude a caminar hacia otros modelos de producción, distribución y consumo que pongan de manifiesto la necesidad de una sostenibilidad común. De hecho, si atendemos a la definición que realizan del Mercado

Social desde la página web de REAS se entiende que: “El Mercado Social es cada red de producción, distribución y consumo en la que, desde la Economía Solidaria, consumidoras y empresas comparten valores democráticos, feministas, ecológicos y solidarios” (<https://reas.red/herramientas/> .2022).

De hecho, en el logo que presenta el Mercado Social, se puede observar una flecha en continuo movimiento circular que representa el proceso de crecimiento y evolución.

Con esta imagen se pretende representar las tres ideas de fuerza (circuito, económico y solidario), de uno de los autores de la teoría de la cooperación y solidaridad, Hernando Zabala Salazar (1998).

El rol que tiene asignado esta institución es coordinar las decisiones económicas, distribuir recursos y dar acceso a bienes y servicios que las personas necesitan.

(García Jané y Suriñach 2019).

En el Mercado Social son principalmente intercambiados los bienes social o ecológicamente útiles que quedan excluidos del mercado convencional y satisfacer así el máximo número de necesidades.



Esta cooperativa está compuesta tanto por empresas y entidades proveedoras de muy diferentes sectores como de personas físicas en calidad de socias consumidoras. En ella se acogen las diferentes fases económicas como son la financiación, la producción, la distribución y el consumo. Entre los agentes que forman parte del Mercado Social se encuentran consumidores y productores. Los primeros pueden ser desde personas individuales hasta Administraciones Públicas, con sus distintos intereses que ofrecerían sus recursos económicos al resto de agentes de Economía Social a cambio de bienes y servicios. Todo ello sabiendo que apoyan el compromiso social. Los segundos son otro agente clave, los que propiamente incorporan las entidades de ESS (Novillo Martín, 2016). Además, cuenta con agentes externos al ciclo económico, los movimientos sociales (feminismo, ecologismo...) favorecen de base social a este tipo de mercado fundamentado en relaciones de cooperación y confianza.

Estas entidades y empresas desarrollan como objetivo común enlazar emprendimientos económicos con consumidores comprometidos, de forma que gestionen y organicen los

flujos económicos a través de las cadenas de valor que se desarrollan denominando así el Mercado Social. De esta forma se da lugar a la creación de un bien común a través de una nueva institución gestionada de forma democrática en la ESS. (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

Para ser capaces de conseguir que esta red económica común se pueda mantener en el tiempo se parte de tres puntos clave:

- Cada componente se compromete a consumir el máximo dentro de la red.
- Cada componente se compromete a producir el máximo para la red.
- Cada componente se compromete a crear diferentes iniciativas para la red.

Además, se propone a los diversos agentes que forman el mercado cumplir una serie de mandatos:

- Dar preferencia a proveedores de la red local, así como promover la creación de nuevos emprendimientos que puedan cubrir las necesidades que no se puedan suplir dentro de la propia red.
- Cooperar con otros mercados de forma que se puedan conseguir los recursos necesarios para los consumidores.
- En el caso de excedentes, reinvertirlos en iniciativas propuestas para la continua mejora de la red local.

(Carrero, G. 2018)

El Mercado Social se fundamenta y dirige en base a unos criterios y compromisos marcados por la Carta de Economía Solidaria de REAS ^{anexo I} (completamente públicos en su página web) que tanto esta entidad como todas las participantes se deben implicar rigurosamente en cumplir.

Tabla 1. Resumen principios Carta de Economía Solidaria de REAS.

PRINCIPIO DE EQUIDAD
•Este principio reconoce la igualdad de derechos y posibilidades en todas las personas, y tiene en cuentas las diferencias existentes para satisfacer de manera equitativa todas ellas.
PRINCIPIO DE TRABAJO
•El trabajo se considera más que un empleo u ocupación, es un conducto para recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural que permite el desarrollo de las capacidades de las personas
PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
•Es imperativa la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones para reducir significativamente la huella ecológica humana.
PRINCIPIO DE COOPERACIÓN
•Partiendo de que la Economía Solidaria está basada en una ética participativa y democrática se quiere fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre personas y organizaciones, mediante procesos de colaboración, toma de decisiones conjuntas, asunción compartida de responsabilidades y deberes...
PRINCIPIO "SIN FINES LUCRATIVOS"
•La reinversión y redistribución de los beneficios es vital para conseguir un modelo económico de desarrollo integral, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables.
PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO
•La importancia del desarrollo local sostenible exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.

Fuente: REAS. <https://www.economiasolidaria.org/carta-de-principios-de-la-economia-solidaria/>

La agrupación de estos principios supone la creación de un mercado independiente, diferente al mercado capitalista que conocemos en la actualidad, favoreciendo intercambios económicos entre sus iniciativas de mercado y haciendo frente a su mayor debilidad: el aislamiento.

La Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible aprobada en 2015 incluye, entre sus 17 objetivos, “Garantizar modalidades de consumo y producción responsables”. La creación de Mercados Sociales es una de las iniciativas más transformadoras en la consecución de este ODS (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

2.2. CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS DEL MERCADO SOCIAL

El Mercado Social cuenta con una serie de características y elementos comunes que hacen posible la viabilidad de una economía más justa y sostenible. En primer lugar, nace la idea de crear una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que funcionan con unos criterios éticos, ecológicos y solidarios, constituidos por empresas y entidades de economía social y justa junto con consumidores individuales y colectivos.

La producción es realizada por entidades implicadas en la ESS aprovechando al máximo sus recursos y cooperando entre sí para poder cubrir todas las necesidades de la población consumidora minimizando los “desperdicios” que provoca la economía tradicional en el mercado. Este concepto va ligado al consumo responsable, ya que sin consumo responsable no puede haber una producción responsable. Estas personas y colectivos hacen consumo de los bienes y servicios que realmente son necesarios y, por consiguiente, eliminando así los excesos de la producción. La reutilización o reciclaje de los productos que sea posible son parte importante de este elemento (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

Como se puede ver en el gráfico 1, todos estos conceptos van relacionados entre sí, creando una Inter cooperación entre todos los factores que hacen posible el Mercado Social. Por este motivo debemos hablar de las finanzas éticas como entidades bancarias que financian el Mercado Social desde un punto de vista justo y ético, haciendo compatible la rentabilidad económica y financiera ayudando con diferentes iniciativas (como el trueque o la creación de monedas sociales) a impulsar la sostenibilidad económica de la producción, como cooperativa de bienes y servicios, de consumo responsable de las personas, colectivos, entidades y administraciones usuarias finales de esa producción y comercialización justa de los bienes y servicios que fluyen en el Mercado Social. En la comercialización justa cabe destacar que existen diferentes tipos de entidades que hacen posible este pilar fundamental como son los puntos de venta y las tiendas de comercio justo, en las cuales solo se comercializan productos derivados de este tipo de economía, fijando unos precios justos para cubrir los gastos reales de las empresas, entidades y personas que comercializan sus productos a través de esta cadena solidaria.

Todo esto tiene diferentes tipos de apoyo externo, aunque igual de importante que el interno, como es la formación, investigación, desarrollo y puesta en marcha de nuevas iniciativas para introducir en el mercado y diferentes movimientos sociales como el feminismo o el ecologismo.

Estos dos últimos conceptos son muy importantes hoy en día ya que representan la principal forma de concienciación y visibilidad de la necesidad de un comercio justo y respetuoso con la sociedad y el medio ambiente a todas aquellas personas que siguen con la mentalidad de necesidad de un mercado capitalista, poco justo y solidario que existe en la actualidad a nivel mundial.

Gráfico 1. Relaciones internas y externas de la Economía Social.



Fuente: Economistas sin Fronteras, <https://ecosfron.org/economia-social-y-solidaria>

2.3. EXPERIENCIAS DE MERCADOS SOCIALES EN ESPAÑA

El Mercado Social se extiende sin límites por todo tipo de sectores y territorios, para formar parte de este, no es necesario pertenecer a un sector u otro, sino, simplemente defender los valores de la economía social que cada cual aplique como entidad.

Los principales Mercados Sociales puestos en marcha en España se desarrollaron de manera informal en 2005-2006 a través de distintas tentativas de las Redes de ESS, como un paso hacia delante de los proyectos de finanzas éticas iniciados anteriormente. Posteriormente, en 2010-2014, se van convirtiendo de manera más formal a estrategias para el desarrollo de la ESS (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

Las cuatro patas que forman la Comisión Estatal de Mercado Social de REAS Red de Redes son, por un lado, cooperativas estatales de servicios en sectores estratégicos de consumo y entidades referentes en consumo responsable y, por otro lado, los mercados sociales ya constituidos y las REAS territoriales que están en proceso de construcción de nuevos mercados (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

Dicho proceso es impulsado y liderado en 2014 por la Red de Economía Alternativa Solidaria (REAS Red de Redes) en sustitución de la extinta Asociación de Redes de Mercado Social (Díaz-Focea, Bretos & Marcuello 2020).

En España se encuentra dividido en sectores territoriales que son:

Tabla 2. Sectores territoriales.

	Aragón	Euskadi	Madrid	Navarra	Catalunya	Illes Balears	País Valencià	La Rioja
Origen	2009	2011	2011	2011	2010	2015	2017	2018
¿Forma jurídica propia?	Sí. Cooperativa de servicios	No. REAS Euskadi y Olatukoop	Sí. Cooperativa mixta	No. REAS Navarra	No. Xarxa de Economía Solidaria	Sí. Asociación	No. REAS País Valencià	No. REAS Rioja
Año de formalización	2013	-	2014	-	-	2015	-	-
No. de entidades	80	90	160	34	180	15	70	12
Figura de socio colaborador	Sí	-	Sí	-	-	-	-	-
¿Hay autónomos?	Sí	No	Sí	No	No	No	No	No
Moneda Social	No	No	Ethics	Txampon	Ecosoles	No	No	No
Feria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Balance Social	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No

Fuente: [cap-07.pdf \(oibescoop.org\)](http://cap-07.pdf (oibescoop.org))

Como se aprecia en la tabla 2, cada red territorial tiene origen en diferente punto temporal.

En Aragón se creó en 2009 mientras que, en Euskadi, Madrid y Navarra fue en 2011, Catalunya 2010, Illes Balears 2015, País Valencià 2017 y, más recientemente La Rioja en 2018.

Otro dato relevante es que algunas de ellas constan de forma jurídica propia como con Aragón como cooperativa de servicios (empresa centrada en las personas, quienes la controlan y dirigen de manera democrática e igualitaria) formalizada así en el año 2013, Madrid como cooperativa mixta (diferentes clases de cooperativas actuando como una

sola y común) formalizada en el año 2014 e Illes Balears como asociación (unión de personas con un fin común) formalizada en el año 2015. Mientras, hay otros territorios que pertenecen a diferentes redes de REAS como, REAS Euskadi y Olatukoo, REAS Navarra, Xarxa de Economía Solidaria, REAS País Valencià y REAS Rioja.

Cada territorio cuenta con diferentes números de entidades pertenecientes: Aragón y Madrid cuentan con 80 y 160 entidades respectivamente además de ser las únicas en las que existe la figura de socio fundador y autónomos, Euskadi con 90 entidades, Navarra 34 entidades, Catalunya 180 entidades, Illes Balears 15, País Valencià 70 entidades y La Rioja 12 entidades.

Además, tres de estos territorios cuentan con monedas sociales propias de su alcance como es el caso de Madrid, que cuenta la moneda Ethics, Navarra con Txampon y Catalunya con los Ecosoles.

En todos los territorios geográficos en los que se extiende el Mercado Social se celebran ferias con la finalidad de dar visibilidad a todos los productos y servicios que ofrecen las entidades que lo componen y, además, dar a conocer la organización y valores de cada una de ellas. También, en todos los territorios (exceptuando La Rioja) se realizan los Balance Sociales como mecanismo de control.

2.4. EXPERIENCIA DEL MERCADO SOCIAL EN ARAGÓN

Respecto a la Comunidad Autónoma de Aragón, la sede del Mercado Social de Aragón se encuentra en C/ Gavin s/n, esquina Plaza Asso, 50001 Zaragoza (**MESCoop Aragón (Servicios para el Mercado Social)**) y su Feria del Mercado Social de Aragón se celebra anualmente en Zaragoza con el fin de reunir a las entidades sociales, visibilizar la economía social y facilitar la conexión entre empresas y sus correspondientes proyectos para afianzar planes de colaboración.

Además, esta feria sirve para presentar los resultados del Balance Social sobre el cual hablaremos más adelante.

Tanto las entidades como las personas consumidoras pueden adquirir productos y servicios dentro del Mercado Social de una manera ventajosa con descuentos y promociones, pero más allá de esto, les aporta ser partícipes de una red que comparte los

principios de comercio justo, de conocerse, apoyarse y favorecer la construcción de otro modelo económico y, en definitiva, otro sistema de vida.

Muchos territorios ya han comenzado a digitalizar el comercio con el llamado “Ben Mercado”, consumo responsable a un golpe de click. De esta manera se conoce en todo momento las actividades de las empresas proveedoras con total transparencia y seguridad. Así pues, todos los productos o servicios que se adquieren a través de este comercio digitalizado cumplen con los principios y valores de la democracia participativa y la igualdad.

Otro proyecto que se está llevando a cabo actualmente es el llamado “La Zona”. Este espacio pretende conseguir un mercado diferente al que conocemos hasta ahora. Todos los productos y servicios ofertados provienen de empresas y cooperativas que siguen unos principios de sostenibilidad, respeto por el medio ambiente y responsabilidad social. La forma de crecer en este proyecto pasa por la cooperación, visibilizando y promoviendo así iniciativas mutuas de las entidades integradas en el proyecto. Con este protocolo consigue no solo apostar por el comercio electrónico, sino también por el pequeño comercio de proximidad, apoyando iniciativas y proyectos implicados con el territorio y los valores de consumo responsable. Además, “La Zona” provee información sobre el impacto que generan los productos y servicios adquiridos, alternativas responsables e incluso guías de consumo más eficiente.

También hay que destacar que esta iniciativa apuesta por una logística sostenible ya que todos sus repartos se producen a pie, en bicicleta o en vehículo eléctrico reduciendo así el impacto medioambiental.

El Mercado Social ofrece un carné de socia que da acceso a ofertas, descuentos y promociones especiales de productos y servicios de la red de colaboradoras además de la participación en la actividad económica y social de la cooperativa pudiendo ejercer el derecho a voto en las asambleas.

Como complemento al carné de socia, actualmente, se está trabajando en la creación de otra herramienta de fidelización en diferentes territorios que consiste en la creación de monedas complementarias del territorio. De esta manera, se pretende construir un mercado social comprometido.

La Red de Economía Alternativa y Solidaria de Aragón (en adelante REAS Argón) ha apoyado e impulsado esta iniciativa desde sus orígenes debido a la necesidad existente en

este tipo de entidades por establecer espacios de intercambio e Inter cooperación. Gracias a un estudio realizado con la colaboración de la Dirección General de Participación Ciudadana y el apoyo del Ayuntamiento de Zaragoza se dio el impulso definitivo al desarrollo de algunas acciones y programas.

Uno de los objetivos más importantes del Mercado Social de Aragón es conseguir que su extensión llegue a toda la Comunidad Autónoma y no se centre únicamente en Zaragoza. De esta manera, para poder participar, no será necesario el desplazamiento hasta la capital aragonesa, lo que repercutirá positivamente en la extensión de este.

En la página web del Mercado Social se encuentra el apartado de Noticias (<https://mercadosocial.net/noticias/>) en el cual se puede encontrar, al día, todas las iniciativas, campañas y proyectos que se van impulsando desde la red de Mercado Social. Además, dicha página web, también deriva a otras páginas, como la de www.economiasolidaria.org, donde se encuentran recogidas todas las noticias relativas a este proyecto.

El esfuerzo de todas las personas y entidades que actualmente están asociadas en Aragón, 45 entidades y 69 personas individuales (información extraída de REAS Aragón), ha sido el principal motivo de que esta red sea posible en nuestro territorio. Respecto a los catálogos de los diferentes territorios en los que está dividido el Mercado Social, se puede observar que el Mercado Social de Andalucía está compuesto por un total de 40 entidades y personas individuales, el Mercat Social Balears por 42, el Mercado Social de Canarias por 27, el Mercado Social de Euskadi por 117, el Mercado Social de Galicia por 21, el Mercado Social de Madrid por 207, el Mercado Social de Murcia por 48, el Mercado Social de Navarra por 57 y el Mercado Social de La Rioja por 29.

El listado completo de entidades que conforman el Mercado Social actualmente se encuentra disponible en su página web además de sus próximas citas y el magazín propio que difunde sus ofertas e iniciativas.

Para el ingreso en la red es necesario llenar un formulario de ingreso. Si se trata de entidades colaboradoras, la cuota de ingreso de nuevas socias asciende a 20€ y es necesario un capital mínimo obligatorio de 100€. En el caso de personas individuales, la cuota de ingreso será de 5€ y el capital mínimo obligatorio, de 50€.

3. BALANCE SOCIAL: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

3.1. DEFINICIÓN

El Balance Social se ha convertido en un elemento de referencia para la rendición de cuentas y surge de la necesidad de diferenciar externamente entidades cuyo trabajo respondía a los principios de la ESS y de la necesidad de evaluar a estas entidades y medir su impacto real en los colectivos a los que va dirigida. Pero, mucho más importante, medir el impacto de la propia entidad sobre el entorno, personas, proveedores sobre los cuales trabaja y la sociedad en general (Novillo Martín, 2016).

Las entidades y personas que motivaron la creación de esta herramienta lo hicieron pensando en las inquietudes que padecían surgidas por el crecimiento a nivel mundial del movimiento social que representa la ESS.

Esta función auto evaluadora ejerce un papel central en el desarrollo de la ESS y permite presentar los valores y principios de la ESS, potenciar las prácticas de consumo responsable, mejorar la gestión de los principios en los que se fundamenta e incidir en la transformación a través de este tipo de economía y hacer visible el compromiso de las entidades colaboradoras para con la sociedad. Además, estas entidades se benefician de un proceso de evaluación gratuito y alternativo a las costosas auditorías ambientales o de responsabilidad social (REAS Aragón, 2015).

El concepto de Balance Social se fundamenta en un cuestionario de autoevaluación con el fin de analizar el comportamiento y la filosofía de las entidades que forman parte del Mercado Social. Los resultados obtenidos por las empresas son completamente públicos y transparentes. En definitiva, se trata de la carta de presentación de las entidades que forman parte del Mercado Social (REAS Aragón).

En 2014, se inició el proceso de homogeneización y consolidación de los instrumentos de medición de la calidad y del comportamiento ético y su evaluación de las entidades pertenecientes a la Red de Redes de Economía Alternativa y Solidarias (en adelante REAS RdR) en los diferentes territorios. Este proceso se llevó a cabo en el seno del REAS RdR con la ayuda de la Asociación de Redes del Mercado Social (REAS Aragón).

El Grupo de Trabajo de Auditoría/Balance Social, a mediados del año 2014, definió una batería de 36 preguntas y 19 indicadores comunes. Estos indicadores se desglosaron en diferentes módulos pertenecientes a los seis principios de la Economía Solidaria (política de lucro, democracia y equidad, sostenibilidad ambiental, cooperación, compromiso con

el entorno y calidad del trabajo), para que se aplicasen de manera paulatina y obligatoria en todas las redes sectoriales.

Desde el año 2018 se comenzó a hacer uso de la plataforma tecnológica que XES (Xarxa de Economía Solidaria de Catalunya) había creado para este fin en su proyecto “Enseña el Corazón”. Así, las entidades asociadas o vinculadas hacen la autoevaluación a través de la batería de preguntas (REAS Aragón, 2015).

Estas preguntas están integradas en el Balance Social. Las entidades colaboradoras deben responder de forma anual (aunque el Balance Social se realiza cada dos años). El resultado final muestra una representación gráfica de cada entidad de la puntuación obtenida en cada bloque temático correspondiente a los principios mencionados con anterioridad.

Como complemento, este año han incluido en el informe del Balance Social un módulo de Mercado Social (formado por 19 preguntas) con el que se pretende detectar nuevos nichos de mercado, visibilizar, medir y fomentar el consumo interno (MesCoop, 2015).

3.2. CARACTERISTICAS Y MODELO

Se trata de una herramienta muy útil que permite conocer como las entidades pertenecientes al Mercado Social desarrollan sus actividades productivas, comerciales y financieras. Además, se aseguran así de que dichas entidades se basen en los principios de la Economía Social y Solidaria como son: equidad, cooperación, trabajo, compromiso, sin ánimo de lucro y sostenibilidad medioambiental.

El módulo introducido en el año 2021 ha servido para conocer mejor qué grado se cubren las compras con proveedores sociales y que servicios o productos son necesarios introducir en este circuito económico (REAS, 2021).

Para su elaboración, el cuestionario del Balance Social dedica, a través de una batería de preguntas, un bloque temático a cada uno de los principios de la Economía Social y, cada bloque, evalúa el nivel de cumplimiento de las empresas. Con las respuestas se construyen una serie de indicadores. En Aragón, estos indicadores se ponderan para medir el estado de las entidades en el cumplimiento de cada uno de los principios.

Gráfico 2. Indicadores del Balance Social.



Fuente: www.mercadosocialaragon.net

Cada uno de los indicadores va ligado al cumplimiento de cada uno de los principios de la Economía Social. El indicador de política laboral se centra medir la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades personales ya sea de manera colectiva o individual, remunerada o no, lo cual es sinónimo del principio de trabajo. El de democracia, va ligado al principio de equidad, lo cual se traduce en unas oportunidades igualitarias para todas las personas pertenecientes en la economía social. El de sostenibilidad medioambiental, se centra en la reducción de la huella humana a través de diferentes políticas en todas las actividades consiguiendo así reducir significativamente el impacto medioambiental. El de intercooperación persigue fomentar la cooperación en lugar de la competencia y fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre personas. El de ausencia de ánimo de lucro se da ya que se persigue un modelo económico en el que los beneficios se destinan a la mejora o ampliación del objeto social, así como al apoyo de otras iniciativas solidarias de interés general y el de compromiso social va dirigido a velar por el cumplimiento de acciones sociales por parte de las entidades, ya sean de igualdad de género o de oportunidades y tratar de mejorar el desarrollo local y sostenible.

Según informan en su página web, los motivos principales para hacer públicos los resultados de las campañas del Balance Social son:

- *“Presentar ante la sociedad los valores y principios de la Economía Social y Solidaria.*
- *Destacar el compromiso con la transparencia de las empresas que forman parte del Mercado Social.*
- *Poner en valor la gestión coherente con los principios de la Economía Social y Solidaria que hacen las empresas que forman el Mercado Social.*
- *Incidir en la transformación social a través de esta otra forma de hacer economía.*

- *Potenciar y fomentar las prácticas de consumo consciente y responsable.”*

Fuente: www.mercadosocialaragon.net/balancesocial

Además, aseguran que hacer frente al Balance Social sirve a las entidades pertenecientes para:

- *“Nos aseguramos de tener un proceso continuo de auto-reflexión orientado a mejorar las prácticas organizacionales de acuerdo con los principios de la Economía Social y Solidaria.*
- *Nos planteamos objetivos de mejora y tomamos conciencia de cómo producimos los avances.*
- *Tenemos un punto de partida para poder evaluar en el tiempo nuestra evolución en el cumplimiento de los principios de la Economía Social y Solidaria.*
- *Contribuimos al fortalecimiento de la Economía Social y Solidaria a través del reconocimiento mutuo, la búsqueda de sinergias y el fortalecimiento entre entidades.*
- *Fomentamos la reflexión colectiva entre entidades y consumidoras, puesto que la herramienta de Balance Social está viva y se construye conjuntamente.”*

Fuente: www.mercadosocialaragon.net/balancesocial

Esta herramienta es el resultado del cuestionario al cual se enfrentan las entidades colaboradoras además de ser un sistema de etiquetado social.

4. LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA ECONOMÍA SOCIAL

En este apartado se pretende profundizar en la igualdad de género que busca conseguir la ESS como uno de sus puntos clave, partiendo de la necesidad de realización de indicadores de igualdad relativa a la estructura autonómica para poder proceder a una comparación a nivel estatal.

La igualdad de género es uno de los pilares fundamentales en los que se caracterizan los principios de la ESS por eso es considerado una fuente de gran importancia en los resultados del análisis. Sobre todo, en la actualidad, donde se está consiguiendo dar la importancia a la necesidad de visibilidad de este factor como una mejora continua y necesaria para la sostenibilidad de una economía justa e igualitaria en oportunidades.

El Balance Social se puede analizar tanto a nivel estatal como a nivel autonómico. Si se analiza a nivel estatal, este cuenta con un informe exclusivamente dedicado a los diferentes conceptos que surgen en la igualdad de género. A nivel autonómico, solo se puede extraer parte de esta información con los indicadores incluidos en el informe general de Balance Social generado anualmente.

Esta evaluación pretende observar la existencia de discriminación por razones de género en cualquiera de sus formas. Para ello, en los últimos años, se han ido incorporando una serie de nuevas preguntas y categorías en el Balance Social. Por ejemplo, en el año 2020 fue incorporada la categoría “otras identidades” para poder interpretar el género en su forma más amplia y conseguir entender la perspectiva de género tal y como se caracteriza en la actualidad.

Por otro lado, según comunican en el informe de 2021, fue el primer año en el que introdujeron preguntas sobre la existencia de protocolos y planes de actuación en caso de acoso sexual, prevención del acoso sexual por diferentes razones como son la identidad de género o la preferencia sexual. En caso de que la respuesta a esta primera batería de preguntas sea negativa, se han incluido otras como la pretensión de incluir dichos planes en las propias entidades en un futuro cercano y en que estarían basados estos protocolos de actuación.

REAS publica un estudio (2021) “*Las Mujeres en la Economía Social y Solidaria. Perfil de competencias y necesidades de formación para incrementar y visibilizar su trabajo*” en el cual se centra en varios aspectos que consideran clave en cuanto a competencias en las que las mujeres tienen mayor capacidad y aprendizaje para conseguir hacer visible notoriamente su liderazgo. Estos aspectos clave son: diseño del perfil competencial de mujer de la ESS, desarrollo de las competencias “blandas”, desarrollo de las competencias “duras”, el entorno y su clima laboral, diversidad, equidad, estilo de liderazgo femenino, beneficios de la igualdad, retos de la formación y formación transversal (Economía Solidaria. 2021).

Otros estudios¹ revelan que existe una barrera por la autopercepción de la mujer como menos capaz de emprender un negocio, recibir apoyo o alcanzar éxito, que limita la creación y crecimiento de empresas que tendrían un gran beneficio en el desarrollo comunitario. De hecho, si se observan diferentes estudios de GEM España queda patente

¹ [GEM España - GEM España \(gem-spain.com\)](http://gem-spain.com)

que las mujeres emprendedoras tienen un nivel formativo similar al de los hombres, pero con una experiencia mucho menor en puestos directivos. Esto conlleva a una dificultad añadida al éxito de las emprendedoras.

“En España, según el estudio “Mujeres e Innovación” del Ministerio de Ciencia e Innovación en términos medios, durante la década 2008-2018 las diferencias entre el porcentaje de empresarios y de empresarias son estadísticamente significativas y estructurales, puesto que se mantienen a lo largo de toda la década. Un 3,8% de las mujeres ocupadas se declara empresaria con personal asalariado frente a un 7,4% de los hombres ocupados que declaran estar en esta misma situación, y un 9% de las mujeres ocupadas se declara empresaria sin asalariados o trabajadora independiente frente a un 14% de los hombres ocupados que declaran estar en esta misma situación.” ([Las-mujeres-en-la-ESS-1.pdf \(economiasolidaria.org\)](https://economiasolidaria.org/2021/03/10/la-brecha-salarial-en-los-emprendimientos-entre-hombres-y-mujeres/)).

Cabe destacar que las motivaciones empresariales femeninas suelen ir orientadas en mayor medida a la satisfacción personal, la sostenibilidad de los proyectos y la conciliación con su vida familiar y no tanto hacia la maximización de beneficios. Esto provoca una clara desventaja desde el punto de partida que justifica la necesidad de planes de intervención del Gobierno para intentar mitigar esta brecha (Martín, Wencell & Atienza, 2021).

Hay que comentar que a nivel teórico estas diferencias no existen en la práctica esto no es así. Las mujeres suelen tener empleos de más temporalidad, peor remunerados (debido a que normalmente son empleos con menos necesidad de cualificación), de jornadas parciales y una mayor tasa de desempleo en España (Martín, Wencell & Atienza, 2021).

Queda claramente expuesto que los conceptos de desigualdad en el ámbito de la economía profesional no existen solamente en España sino también en todo el mundo.

El Balance Social está estrechamente relacionado con el Objetivo 5 de la Agenda 2030 de la ODS, “igualdad de género”. Aunque principalmente este objetivo se orienta hacia la lucha contra la discriminación de la mujer y niña en los países en vías de desarrollo, promoviendo la escolaridad o centrándose en las desigualdades en el mercado de trabajo, en este concepto estatal, se centra en la brecha salarial entre géneros o la presencia femenina en altos cargos dentro de las empresas (Martín, Wencell & Atienza, 2021).

4.1. EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES DE IGUALDAD EN EL MERCADO SOCIAL DE ARAGÓN

Este apartado se va a centrar en los indicadores de igualdad de género a los que hace referencia el Balance Social de Aragón desde el año 2013 (ya que es el primer año del que se disponen datos) acudiendo a los datos de los informes generados anualmente.

En primer lugar, se presenta una tabla con los datos de estos indicadores desde el año 2013 hasta la actualidad, desglosados en porcentaje de puestos ocupados por mujeres en empresas de Economía Social en Aragón, porcentaje de mujeres que participan en la toma de decisiones empresariales de las entidades pertenecientes a la Economía Social de Aragón y porcentaje de lenguaje inclusivo (tanto verbal como no verbal) utilizado por estas empresas.

De este último concepto solo se conocen datos de los tres últimos ejercicios lo cual imposibilita hacer una variación interanual para la comparativa.

Tabla 3. Desglose de indicadores de igualdad.

AÑO	PUESTOS OCUPADOS POR MUJERES (%)	TOMA DE DECISIONES POR MUJERES (%)	LENGUAJE INCLUSIVO
2013	51,96%	50,46%	-
2014	56,57%	57,10%	-
2015	59,4%	58,4%	-
2016	52,1%	50,1%	-
2017	57% *	50%	-
2018	64,7%*	59%	79,5%
2019	64,7%*	59%	79,5%
2020	64,7%*	59%	79%

Fuente: Elaboración propia.

*Cálculo realizado con datos del informe de 2017: 335 mujeres trabajadoras + 110 mujeres voluntarias + 1250 mujeres asociadas no trabajadoras= 1695 mujeres implicadas / 2974 personas implicadas en total= 57%.

* Cálculo realizado con datos del informe de 2019: 363 mujeres trabajadoras + 167 mujeres voluntarias + 1441 mujeres asociadas no trabajadoras= 1971 mujeres implicadas / 3044 personas implicadas en total= 64,7*%.

*Mismos resultados en informes de datos de 2018, 2019 y 2020.

Como se puede observar, desde el comienzo de la generación de estos informes se ha contado con una amplia participación de las mujeres en el ámbito de la Economía Social, teniendo un primer dato del 51,96%, además del 50,46% que indica la toma de decisiones por parte de mujeres.

En cuanto al porcentaje de lenguaje inclusivo utilizado no se conocen datos hasta el año 2018, lo cual crea una gran problemática para analizar la evolución ya que no se conocen suficientes años para poder crear una conclusión sostenible y representable de la media de la población.

Tabla 4. Variación porcentual interanual de los indicadores de igualdad *.

AÑO	PUESTOS OCUPADOS POR MUJERES (%)	TOMA DE DECISIONES POR MUJERES (%)
2014	8,87%	13,16%
2015	4,76%	2,28%
2016	-14,01%	-14,21%
2017	9,4%	-0,2%
2018	13,5%	18%
2019	0%	0%
2020	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

* $((V2-V1)/V1)*100$

Respecto a la variación porcentual del indicador de puestos ocupados por mujeres observamos un incremento de este dato de 2014 en relación con 2013 del 8,87%. El siguiente ejercicio este incremento se recorta hasta casi la mitad, obteniendo una cifra del 4,76%. En el año 2016 sufre una caída del 14,01% estabilizándose en el siguiente periodo con un incremento en 2017 con respecto al 2016 del 9,4% y en 2018 con respecto al 2017 del 13,5%.

Esto se traduce en una evolución positiva de los datos de participación de las mujeres en el ámbito de la economía social hasta el año 2018. Aunque, por otro lado, se observa la inmovilización de los datos sufrida en 2019 y 2020 con una variación del 0% respecto a los años anteriores.

En cuanto a la toma de decisiones directivas por parte de mujeres, la participación en 2014 ha aumentado con respecto al año anterior en un 13,16%. En el siguiente ejercicio, 2015 respecto de 2014, este dato se ralentiza hasta caer al 2,28% siendo en 2016 respecto a 2015 incluso negativo con un gran decremento del 14,21%. Poco a poco, en 2017 se va recuperando este dato, aunque sigue siendo negativo en un 0,2%. En 2018 sufre una gran crecida hasta alcanzar una evolución del 18%, en dato positivo, con respecto al ejercicio 2017. Esto indica un gran empoderamiento de las mujeres en la toma de decisiones de las empresas involucradas en la Economía Social de Aragón. Durante los dos últimos ejercicios de los que se conocen datos, ocurre lo mismo que con la participación, los datos se encuentran estancados en una variación del 0%.

El Balance Social lo presentan entidades pertenecientes a diversos sectores como, por ejemplo, alimentación-bebidas (ASAPI, LA SAZÓN, SIN HUELLA...), cultura-ocio (CERAI ARAGÓN, KORBEL, RESÓN...), energía (ENDEF SOLAR SOLUTIONS, SOM ENERGÍA), finanzas-seguros (COOP57 ARAGÓN, FIARE BANCA ÉTICA, OIKOCREDIT...), hostelería-alojamiento (BIROSTA BAR VEGETARIANO, FAS-SURALIA), jardinería-bricolaje (TIEBEL, S.COOP., TINSER...), salud-cuidados (AFDA, CARMEN RIVED, DESMONTANDO A LA PILI...) o vivienda-urbanismo (AUPRO S.COOP.) entre otros. Todas ellas tienen algo en común, buscan crear un mundo más sostenible e igualitario a través de sus productos o servicios cooperando para cubrir las necesidades de las personas consumidoras desde todas las perspectivas posibles. Aunque en algunos sectores se encuentran una mayor cantidad de entidades pertenecientes al Balance Social (como por ejemplo en salud-cuidados) se puede comprobar que existen en todos los sectores del mercado.

4.2. ANÁLISIS COMPARADO DE LOS INDICADORES DE IGUALDAD DE ARAGÓN Y ESPAÑA

Tras analizar los datos disponibles de los indicadores a nivel Autonómico, se procede a conocer los datos de los mismos indicadores a nivel Estatal para poder realizar la comparativa de los indicadores de igualdad.

Se realiza una comparativa del último ejercicio (2020), ya que son los datos publicados recientemente para el Balance Social Estatal. Cabe comentar que este cuenta con un informe exclusivamente dedicado a este concepto.

Atendiendo a este informe (infografía incluida en el Anexo II) observamos unos datos, con relación a mujeres trabajadoras en economía solidaria del 63,64% frente al 43,10% dada en economía convencional.

En cuanto a la participación de mujeres voluntarias se alcanza una cifra del 61,79% y un 56% de mujeres que forman parte de la toma de decisiones de las entidades como son la elaboración y aprobación de los planes de gestión y presupuestarios. Esto se traduce en un total de representación en las entidades del 51,59% (en las empresas del IBEX35, solo el 27,67% de las personas en los consejos de administración son mujeres).

Atendiendo a las políticas inclusivas, el 96,40% utiliza un lenguaje inclusivo y el 83,3% lo utiliza en comunicaciones escritas y verbales. Además, se extrae que el 59,3% cuenta con planes de igualdad y recursos para su seguimiento y evaluación y, aumentando hasta el 59,8%, cuenta con un protocolo para la prevención del acoso sexual.

También se conoce, en cuanto a la conciliación y corresponsabilidad que, el 76,8% cuenta con medidas para incorporar la vida familiar y laboral y el 82,9% generan espacios de atención emocional y cuidados.

Esto significa una brecha salarial más reducida en cuanto a la economía convencional, mayor introducción de medidas de corresponsabilidad y conciliación, políticas de lenguaje inclusiva, niveles de participación y representación más equitativos además de la inclusión de otras identidades de género no binarias para la herramienta del análisis (0,12% de las personas implicadas en el análisis).

A nivel Estatal, se presentan retos para lograr esos objetivos de igualdad, como son: aumentar los recursos para mejorar los procesos de cambio o aumentar el número de mujeres trabajadoras en cargos de responsabilidad.

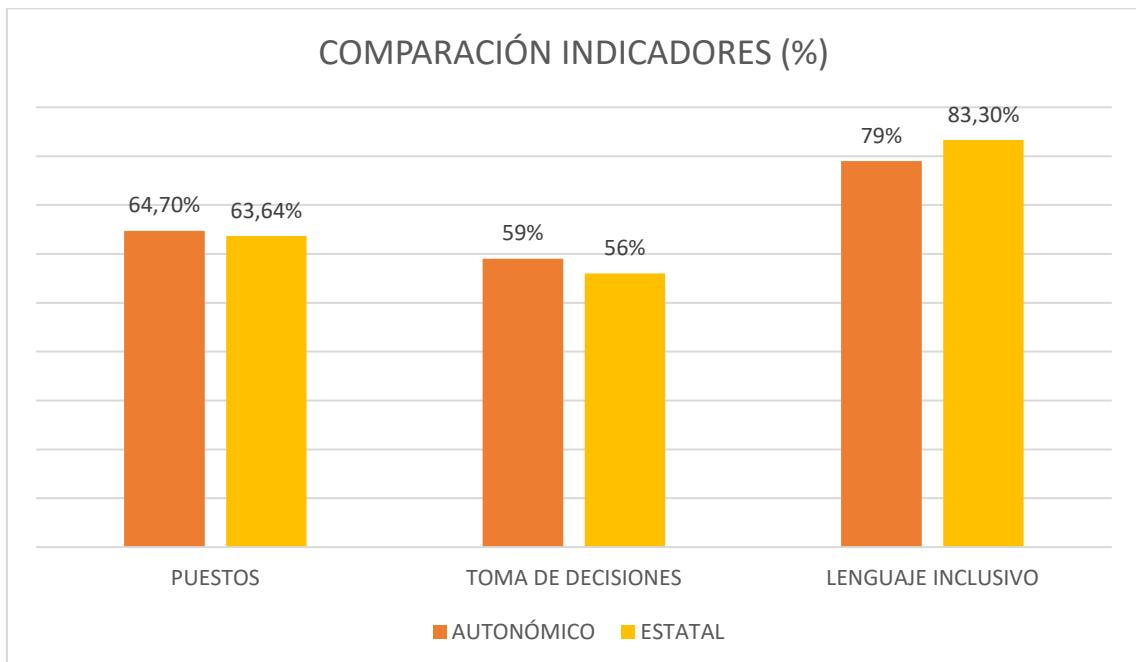
Tabla 5. Comparación indicadores Estatales y Autonómicos (2020).

AUTONÓMICO			ESTATAL		
PUESTOS OCUPADOS POR MUJERES (%)	TOMA DE DECISIONES POR MUJERES (%)	LENGUAJE INCLUSIVO (%)	PUESTOS OCUPADOS POR MUJERES (%)	TOMA DE DECISIONES POR MUJERES (%)	LENGUAJE INCLUSIVO (%)
64,7%	59%	79%	63,64%	56%	83,30%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los datos obtenidos, se aprecia que tanto a nivel Estatal como Autonómico los porcentajes resultan muy similares en términos generales. En Aragón, los puestos ocupados por mujeres se encuentran un poco por encima que en la media de España (1,06%) lo que lleva a la lógica de que la toma de decisiones también se sitúe incrementada (en un 3%). Aunque se advierte que el lenguaje inclusivo es mayor en media (un 4,3%) a nivel Estatal.

Gráfico 3. Comparación de indicadores de igualdad.



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se aprecia mejor visualmente las variaciones comentadas con anterioridad, pudiéndose ver las pequeñas diferencias existentes entre ambos ámbitos geográficos.

5. CONCLUSIONES

El Mercado Social trata de una forma alternativa la economía donde lo importante no es tanto los beneficios sino, las personas. Nace hace 10 años desde la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) buscando la creación de redes territoriales de trabajo y apoyo mutuo, con la finalidad de apoyar iniciativas para la creación de nuevos modelos económicos más justos con todos los canales de financiación, producción, distribución y consumo.

Este tipo de mercado tiene principalmente asignado el rol de intercambiar bienes y servicios de utilidad social o ecológica que, habitualmente, quedan excluidos del mercado convencional, consiguiendo así cubrir y satisfacer el mayor número posible de necesidades.

Se encuentra compuesta por todo tipo de empresas, entidades y personas físicas que actúan tanto como productores como consumidores ofreciendo recursos económicos, bienes y servicios. Además, cuenta con agentes externos, como el feminismo o el ecologismo, que favorecen la relación de confianza y cooperación que pretende crear este tipo de mercado.

Para conseguir la sostenibilidad del Mercado Social es necesario que los agentes involucrados se comprometan a consumir y producir para la red, con una producción y consumo responsables, además de crear diferentes iniciativas relacionadas con la red. Ayudando al impulso de estas con la reinversión de los excedentes económicos que se consigan crear.

La Carta de Economía Solidaria de REAS es la que rige los principios por los cuales se debe dirigir el Mercado Social: principio de equidad, principio de trabajo, principio de sostenibilidad ambiental, principio de cooperación, principio “sin fines lucrativos” y principio de compromiso con el entorno. Además, dada la importancia de la creación de este tipo de redes para la economía actual, La Agenda 2030 sobre El Desarrollo Sostenible incluye entre sus objetivos diferentes apartados que concuerdan con el Mercado Social.

La creación de esta Red se extiende sin límites por todo el territorio español, tanto en concepto de sectores (no es necesario pertenecer a ninguno concreto sino defender un comercio justo e igualitario) como geográficamente. Existe en diferentes figuras jurídicas desde cooperativas hasta asociaciones o, simplemente, redes pertenecientes a REAS. Para el ingreso en la red es necesario llenar un formulario de ingreso y hacer frente a la cuota

de ingreso que va desde los 5€ hasta los 100€ dependiendo del tipo de persona o entidad que se trate.

Anualmente, se celebran ferias en todas las redes para dar visibilidad a sus productos, obtenerlos con descuentos y promociones y facilitar la cooperación entre entidades locales. Este tipo de mercado cuenta con un carné de socia que hace posible ser partícipe de todas estas iniciativas e incluso, algunos territorios cuentan con monedas sociales propias que son únicamente utilizables dentro de los límites que alcance su red local. En el caso de Aragón, gracias a la colaboración de la Dirección General de Participación Ciudadana y del Ayuntamiento de Zaragoza se han creado iniciativas como el “Ben Mercado” o “La Zona”, impulsando el consumo de proximidad, en comercios de la red local y con la seguridad de estar contribuyendo a un planeta más sostenible ya que, todos los productos adquiridos, son repartidos a pie, bici o vehículo eléctrico.

Todas ellas cuentan con un mecanismo de control: El Balance Social. Se trata de un cuestionario auto-evaluador que pretende medir mucho más allá del impacto de las entidades en la sociedad. Pretende que las propias entidades midan y califiquen su compromiso con el entorno social, además de visibilizar ese mismo compromiso al resto de la sociedad. Además, otro de los beneficios es la alternativa a las costosas auditorías ambientales o de responsabilidad social.

Debido a la creciente inquietud acerca de este tipo de mercado, derivado de su crecimiento a nivel mundial, en 2014 se inició el proceso de homogeneización y consolidación de los instrumentos de medición de calidad y comportamiento ético, llevado a cabo en REAS RdR con la ayuda de la Asociación de Redes del Mercado Social. Fue definida una batería de 36 preguntas y 19 indicadores, política laboral, democracia, sostenibilidad medioambiental, intercooperación, ausencia de ánimo de lucro y compromiso social, representativos de los seis principios de la ESS. En 2021 es introducido un módulo para conocer el grado en el que son cubiertas las necesidades por proveedores sociales y los productos o servicios que son necesarios introducir en el mercado.

En la actualidad, el Balance Social cuenta con indicadores referentes a la igualdad de género, concepto completamente necesario para la consecución de una economía justa y solidaria. A partir de diferentes estudios, como por ejemplo de REAS o GEM España, queda justificada la afirmación de las “trabas” impuestas por la sociedad para la ocupación de puestos directivos por géneros distintos al masculino en su forma más

general definido. De hecho, en el Balance Social a nivel estatal se redacta un informe exclusivamente dedicado a este concepto de igualdad mientras que en el autonómico se hace referencia a través de los indicadores presentados en el general del informe.

Para poder realizar una comparativa representativa es necesario evaluar los indicadores presentados en el Balance Social de Aragón y simplificar los estatales, de esta forma, son comparados con mayor facilidad.

En Aragón se aprecia un aumento gradual (desde 2014) de puestos ocupados por mujeres y toma de decisiones realizada por mujeres (en términos porcentuales).

En cuanto a nivel Estatal, se observa, en el año 2020, más del 50% de representación feminista en niveles directivos en la ESS frente al 27% que presenta la economía convencional. El resto de los indicadores cuentan en términos generales con altos porcentajes de representación o iniciativas de apoyo al género femenino.

En definitiva, se observa que, aunque existe una alta concienciación con la igualdad y equilibrio en la ESS frente a la economía convencional, todavía queda mucho camino por recorrer. El Mercado Social, a través de sus diferentes iniciativas y protocolos está creando redes justas y solidarias, pero es necesario la concienciación y cooperación para extrapolar estos valores al resto de la economía tradicional tanto a nivel autonómico, como estatal, como a nivel mundial.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Auditoría Social 2015 (datos 2014). Cooperativa del Mercado Social de Aragón.

https://mercadosalaragon.net/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Informe-Balance-Social-2015_definitivo.pdf

Arcos-Alonso, A., & Garcia-Azpuru, A. (2021). Diferentes propuestas para el despliegue de la Economía Social y Solidaria: Ecosistemas, Sistemas, Mercados Sociales, Circuitos Solidarios y Redes Solidarias. GIZAEKOA-Revista Vasca de Economía Social//GEZKI, (18).

<https://ojs.ehu.eus/index.php/gezki/article/view/22880>

Carrero, G. (2018): Mercados Sociales: Un instrumento para la generación de tejido productivo en el marco de un proyecto transformador de la economía. Dossier de Economistas sin Fronteras, pp. 42-46.

<https://ecosfron.org/wp-content/uploads/Dossieres-EsF-31-Pr%C3%A1cticas-y-herramientas-para-impulsar-la-ESS.pdf>

Crusellas, R. A., Padilla, R. S., & Solidaria, X. D. E. (2019). El Balance Social de la XES: 10 años midiendo el impacto de la ESS en Cataluña.

https://treball.gencat.cat/web/.content/13_-consell_relacions_laborals/V_Cicle_formatiu_RS/4a-sessio_balanc_social/4_Article-opinio_BS-ODS-2019.pdf

Díaz, M., Bretos, I. & Marcuello, C. (2020) La experiencia de los mercados sociales españoles. En Álvarez, J.F. & Marcuello, C. (Dir.) Experiencias Emergentes de la Economía Social, OIBESCOOP, pp. 185-21

<http://www.oibescoop.org/wp-content/uploads/cap-07.pdf>

El Mercado Social en Aragón. Indicadores de Balance Social en 2019 (Datos 2018).

https://mercadosalaragon.net/wp-content/uploads/sites/2/2019/11/Informe_Balance-Social-2019-datos-2018_MESCoop-Arago%CC%81n.pdf

García Jané, J. y Suriñach, R. (2019): Guia del Mercat Social. Serie Economia i Treball No. 7. Diputació de Barcelona: Barcelona.

Las Mujeres de la ESS: informe sobre perfil competencial. (Consultado febrero 2022)

<http://www.economiasolidaria.org/noticias/las-mujeres-de-la-ess-informe-sobre-perfil-competencial/>

Mercado Social de Aragón. (Enero 2022)

<https://mercadosocialaragon.net/>

Mercado Social de Aragón. Indicadores de Balance Social 2017.

<https://mercadosocialaragon.net/wp-content/uploads/sites/2/2017/12/Balance-Social-2017-MESCoop-Arag%C3%B3n.pdf>

Mercado Social de Aragón 2016 (datos 2015).

<https://mercadosocialaragon.net/wp-content/uploads/sites/2/2016/12/Informe-Balance-Social-MESCoop-2016.pdf>

Mercado Social Estatal. (Enero 2022)

<https://mercadosocial.net/>

Nicolás, P. O., de Andrés, M. A., & Galán, F. S. (2018). ¿Qué aporta el mercado social a las entidades de acción social?. *Revista española del tercer sector*, (38), 225-230.

<https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2018/03/MercadoSocial-en-RETS38-225-230.pdf>

REAS Aragón. (Enero 2022)

<https://reasaragon.net/mercado-social-aragon/>

REAS. Enero 2021. Las Mujeres en la ESS. Perfil de competencias y necesidades de formación para incrementar y visibilizar su liderazgo.

<https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/02/Las-mujeres-en-la-ESS-1.pdf>

REAS. Red de Redes (2022)

<https://reas.red/herramientas/>

REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria. Noviembre 2021. La Economía Social y Solidaria en el Estado. Proceso de Auditoría Social 2021. Páginas 5,7 y 11.

https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/11/Informe_Auditoria_Social_Estatal_2021_REAS_RdR.pdf

REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria. Noviembre 2021. Mercado social. Oferta, consumo interno e intercooperación en la ESS. Proceso de Auditoría Social 2021. Página 4.

<https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/11/Ense%C3%B1amos-el-coraz%C3%B3n-del-Mercado-Social.-2021.pdf>

ANEXO I. CARTA DE PRINCIPIOS DE ECONOMÍA SOLIDARIA.



Carta de Principios de la Economía Solidaria



Introducción a los seis principios de la carta

La economía solidaria, es un enfoque de la actividad económica que tiene en cuenta a las personas, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y sostenible, como referencia prioritaria, por encima de otros intereses.

La economía solidaria no se la identifica según los beneficios materiales de una iniciativa, sino que se define en función de la calidad de vida y el bienestar de sus miembros y de toda la sociedad como sistema global.

La economía solidaria pretende incorporar los valores universales que deben regir la sociedad y las relaciones entre toda la ciudadanía: igualdad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa. Por ello, se propone como una alternativa viable y sostenible para la satisfacción de las necesidades individuales y globales y aspira a consolidarse como un instrumento de transformación social.

Las organizaciones que participaron en el movimiento de la economía solidaria comparten los siguientes ejes transversales:

- la justicia como principio de libertad
- la autogestión como metodología
- la cultura liberadora
- el desarrollo de las personas en todas sus dimensiones
- la compenetración con la Naturaleza
- y la solidaridad humana y económica como principios de nuestras relaciones locales, nacionales e internacionales.

Versión completa en:
www.economiasolidaria.org

1. Principio de equidad

Consideramos que la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.

Una sociedad más justa es aquella en la que todas las personas se reconocen mutuamente como iguales en derechos y posibilidades, y tiene en cuenta las diferencias existentes entre las personas y los grupos. Por ello debe satisfacer de manera equitativa los intereses respectivos de todas las personas.

La igualdad es un objetivo social esencial allí donde su ausencia trae consigo un déficit de dignidad. Cuando se vincula con el reconocimiento y respeto a la diferencia, lo denominamos "equidad".



2. Principio de trabajo

Consideramos que el trabajo es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados. Por ello desde REAS situamos la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.

Afirmamos la importancia de recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población (nuestras, de nuestro entorno inmediato y de la comunidad en gene-

ral). Por eso para nosotros el trabajo es mucho más que un empleo o una ocupación. Constatamos que estas actividades las podemos ejercitar individual o colectivamente, y pueden ser remuneradas o no (trabajo voluntario) y la persona trabajadora pueda estar contratada o asumir la responsabilidad última de la producción de bienes o servicios (autoempleo).

Dentro de esta dimensión social hay que destacar que sin la aportación del trabajo llevado a cabo en el ámbito del cuidado a las personas, fundamentalmente realizado por las mujeres, nuestra sociedad no podría sostenerse. Trabajo que aún no está suficientemente reconocido por la sociedad ni repartido equitativamente.

3. Principio de sostenibilidad ambiental

Consideramos que toda nuestra actividad productiva y económica está relacionada con la naturaleza, por ello nuestra alianza con ella y el reconocimiento de sus derechos es nuestro punto de partida.

Creemos que nuestra buena relación con la Naturaleza es una fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente.

Queremos reducir significativamente la huella ecológica humana en todas nuestras actividades, avanzando hacia

formas sostenibles y equitativas de producción y consumo, y promoviendo una ética de la suficiencia y de la austerioridad.



4. Principio de cooperación

Queremos favorecer la cooperación en lugar de la competencia, dentro y fuera de nuestras organizaciones vinculadas a la Red, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados...

Pretendemos construir colectivamente un modelo de sociedad basándonos en el desarrollo local armónico, las relaciones comerciales justas, la igualdad, la confianza, la corresponsabilidad, la transparencia, el respeto...

Partimos de que la Economía Solidaria está basada en una ética participativa y democrática, que quiere fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre perso-

nas y organizaciones, mediante procesos de colaboración, de toma de decisiones conjuntas, de asunción compartida de responsabilidades y deberes, que garanticen la máxima horizontalidad posible a la vez que respeten la autonomía de cada una, sin generar dependencias.

Entendemos que estos procesos de cooperación deben extenderse a todos los ámbitos: local, regional o autonómico, estatal e internacional y deben normalmente articularse en Redes donde se vivan y se fomente estos valores ...



5. Principio “sin fines lucrativos”

El modelo económico que practicamos y perseguimos tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen.

Esta “no – lucratividad”, está intimamente unida a nuestra forma de medir los balances de resultados, que tienen en cuenta no solo los aspectos económicos, si no también los humanos, sociales, medioambientales, culturales y participativos y el resultado final es el beneficio integral.

Se entiende por ello que nuestras actividades desti-
ran los posibles beneficios a la mejora o ampliación
del objeto social de los proyectos así como al apoyo
de otras iniciativas solidarias de interés general,
participando de esta manera en la construcción de
un modelo social más humano, solidario y equitativo.



6. Principio de compromiso con el entorno

Nuestro compromiso con el entorno se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio. Nuestras organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.

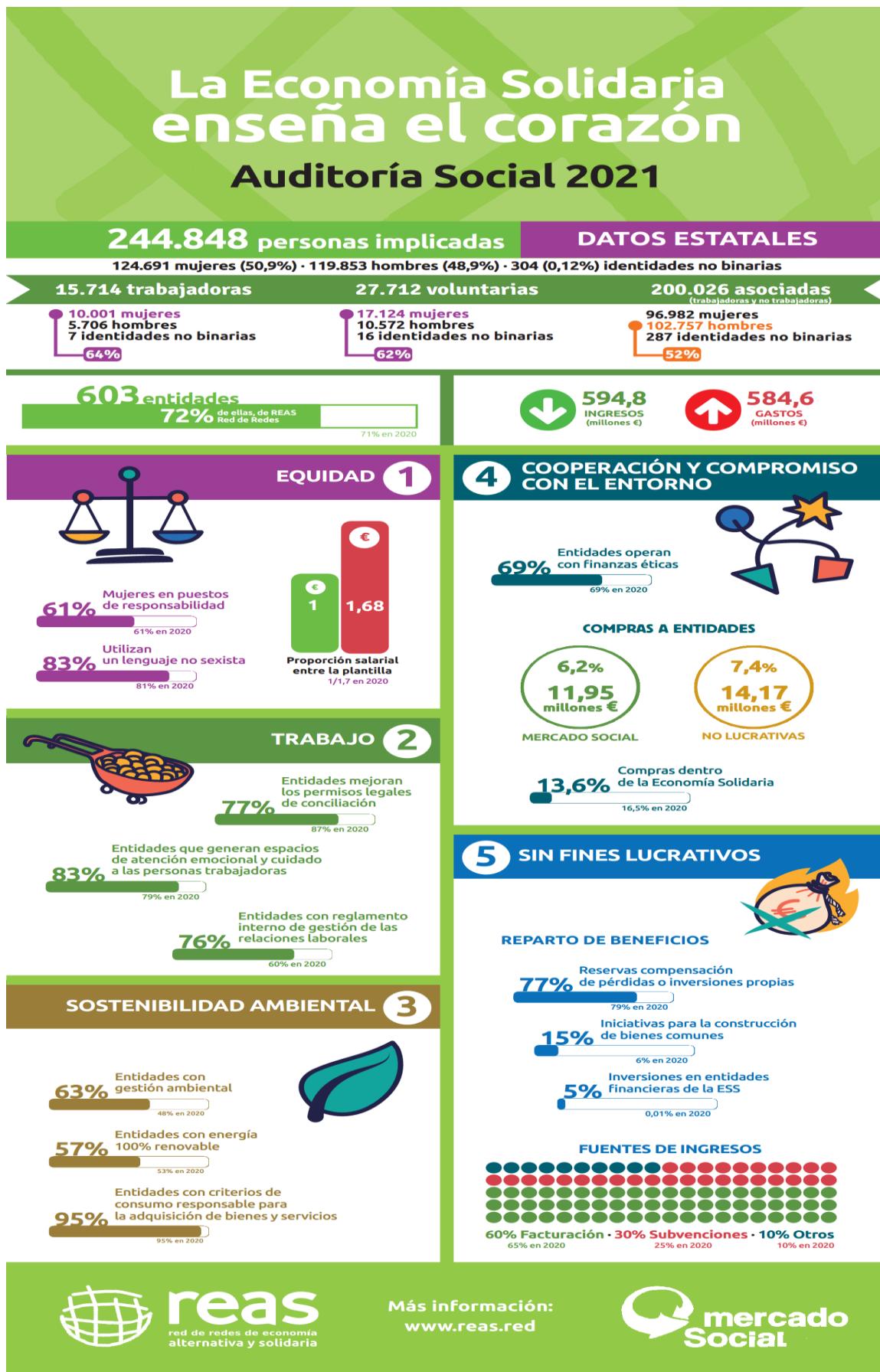
Entendemos esta colaboración como un camino, para que experiencias positivas y solidarias concretas puedan generar procesos de transformación de

las estructuras generadoras de desigualdad, domi-
nación y exclusión.

Nuestro compromiso en el ámbito local nos aboca a articularnos en dimensiones más amplias para buscar soluciones más globales, interpretando la necesidad de transitar continuamente entre lo micro y lo macro, lo local y lo global.

Versión completa en:
www.economiasolidaria.org

ANEXO II. AUDITORIA SOCIAL 2021.



ANEXO III. BALANCE



ENSEÑAMOS EL CORAZÓN DEL MERCADO SOCIAL

CIRCUITO ECONÓMICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA (ESS)

1027 ENTIDADES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA (ESS) YA FORMAN PARTE DEL MERCADO SOCIAL, CIRCUITO ECONÓMICO DE LA ESS

603 ENTIDADES REALIZAN LA AUDITORÍA/BALANCE SOCIAL EN 2021, PROPORCIONANDO IMPORTANTES DATOS PARA MEDIR EL IMPACTO DEL MERCADO SOCIAL

286 DE ESTAS ENTIDADES PROPORCIONAN INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA SOBRE LA OFERTA, EL CONSUMO INTERNO Y LA INTERCOOPERACIÓN ENTRE ENTIDADES DE LA ESS A PARTIR DEL NUEVO MÓDULO DE MERCADO SOCIAL

PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL MERCADO SOCIAL

¿QUÉ VENDEN LAS ENTIDADES DE LA ESS?

AMPLIO CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



ALIMENTACIÓN 10,40 %

ASESORAMIENTO 10,45 %

EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN 19,40 %

SALUD Y CUIDADOS 13,27 %

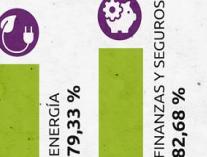
VIVIENDA Y GESTIÓN DEL ENTORNO 8,96 %



VENTAS DE ENTIDADES DE ESS DENTRO DEL MERCADO SOCIAL

61,9% DE LAS ENTIDADES DE LA ESS REALIZAN VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS A ENTIDADES DEL MERCADO SOCIAL

9% SUS INGRESOS TOTALES POR VENTAS PROVIENEN DE ENTIDADES DE LOS MERCADOS SOCIALES



CONSUMO INTERNO

6,9% DE LAS COMPRAS DE LAS ENTIDADES DE LA ESS SE REALIZA DENTRO DEL MERCADO SOCIAL

21% DE LAS ENTIDADES ADQUIERE PRODUCTOS Y SERVICIOS A TRAVÉS DEL TRUEQUE U OTROS SISTEMAS DE INTERCAMBIO NO MONETARIO, CON OTRAS ENTIDADES DEL MERCADO SOCIAL



RETO | AUMENTAR LOS INTERCAMBIOS ECONÓMICOS DENTRO DE ESTE CIRCUITO

ENERGÍA 79,33 %

FINANZAS Y SEGUROS 82,68 %



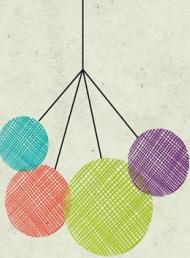
LOS SERVICIOS QUÉ MÁS COMPRAN LAS ENTIDADES DE ESS DENTRO DEL MERCADO SOCIAL SON LAS FINANZAS Y SEGUROS ÉTICOS Y LA ENERGÍA

INTERCOOPERACIÓN

40,8% DE LAS ENTIDADES TIENEN INGRESOS PROVENIENTES DE LA INTERCOOPERACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

92,8% DE LAS ENTIDADES DE LA ESS INTERCOOPERA CON ENTIDADES DEL MISMO SECTOR

71,4% DE LAS ENTIDADES DE LA ESS INTERCOOPERA CON ENTIDADES DE OTROS SECTORES DEL MERCADO



56,7% **PROCOMÚN**
ENTIDADES DE LA ESS GENERAN BIENES QUE CEDEN A LIBRE DISPOSICIÓN DEL COMÚN

44% **SOFTWARE LIBRE**
ENTIDADES QUE UTILIZAN PROGRAMAS OFIMÁTICOS DE SOFTWARE LIBRE DE MANERA REGULAR Y MAYORITARIA

REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria
info@reas.red · www.reas.red · www.mercadosocial.net · @Reas_Red

ANEXO IV. INFOGRAFÍA DE GÉNERO 2021.

