

## **Los mercados sociales como objetivo estratégico para avanzar hacia una economía postcapitalista.**

Resumen de la ponencia de Jordi García (miembro de la Xarxa de Economía Solidaria de Cataluña). IIª Jornadas Internacionales de Economía Solidaria sobre Mercado Social.

En todas las fases del ciclo económico surgen iniciativas económicas regidas por valores y lógicas de funcionamiento distintas a las capitalistas: propiedad colectiva, cooperación, democracia, compromiso social, sostenibilidad... En la producción, cooperativas de trabajo, sociedades laborales, asociaciones que gestionan servicios sociales... En la comercialización, cooperativas de servicios, tiendas de comercio justo... En el consumo, cooperativas de consumo, grupos de compra colectiva... En el crédito, entidades de banca ética. Además, existen pequeñas experiencias que combinan esas diversas fases del ciclo, como las microeconomías comunitarias o las redes de trueque. Todas estas iniciativas conforman lo que llamamos economía social o solidaria.

La principal debilidad de estas empresas solidarias, que constituye también su principal limitación a su desarrollo como sector, es su aislamiento, la ausencia de articulación entre las mismas.

En el marco de un proceso de transformación social que nos permita llegar a una sociedad, y una economía, postcapitalista, uno de los objetivos estratégicos de la economía social o solidaria debería ser, en mi opinión, articular estas empresas, junto a un amplio número de personas y entidades que practican el consumo y el ahorro responsables, en lo que denominamos mercado social.

Por mercado social entiendo una red cuyos nodos serían las empresas solidarias y los consumidores y ahorradores responsables (personas, entidades, empresas e instituciones) y cuyos flujos serían los intercambios regulares de bienes y servicios en un territorio determinado, producidos con criterios democráticos, equitativos, ecológicos y solidarios, que permitieran cubrir una parte significativa de las necesidades de los nodos, desconectándose parcialmente de la economía capitalista.

¿Cómo desarrollar mercados sociales? Los principios básicos para crearlos son tres: cada nodo consume al máximo de los otros nodos, cada nodo produce al máximo para los otros nodos, cada nodo deposita sus ahorros en instrumentos de crédito de la red. Se trata, pues, de practicar de modo integral el principio cooperativo de la intercooperación.

¿Y cuáles son las condiciones para que surjan suficientes empresas y personas dispuestas a aplicar estos principios en su actividad económica? A mi juicio, necesitamos, como mínimo, poseer mayor cultura intercooperadora dentro de la economía solidaria de la que disponemos actualmente; generalizar los balances o auditorías sociales y las etiquetas sociales; actores que impulsen los mercados sociales (movimientos de economía solidaria, promotores...); aumentar el compromiso de las personas que trabajan en empresas solidarias con el consumo y el ahorro responsables, y mayor densidad en el seno de cada municipio o comarca de empresas sociales y consumidores y ahorradores responsables.

Construir mercados sociales en el seno de la sociedad capitalista podría representar para la construcción de una sociedad postcapitalista lo que supusieron las repúblicas urbanas italianas, hanseáticas o flamencas durante la Edad Media para el nacimiento del capitalismo: el embrión de la nueva economía, en su triple vertiente de laboratorio, instrumento de concienciación y creador de un nuevo sujeto social.

