

¿Qué aporta el mercado social a las entidades de acción social?

Pablo Ortiz Nicolás
María Atienza de Andrés
Fernando Sabín Galán

REAS Madrid-Mercado Social de Madrid (MES)

madrid@mercadosocial.net

Si hay un elemento en común que aglutina la acción del tercer sector en España, ese es el anhelo de mejorar la vida de las personas, tanto de las que han nacido aquí y tienen nacionalidad española, como de todas aquellas que han venido de otros lugares, tengan o no tengan papeles.

Miles de personas, a lo largo y ancho de toda la geografía española, colaboran diariamente con estas organizaciones. Ponen su tiempo al servicio de otras personas que lo necesitan, aportan su dinero o ambas cosas a la vez. Proyectos de todo tipo, atienden a niños, mayores, mujeres víctimas de la violencia de género, personas con problemas de drogodependencia, inmigrantes con escasos recursos, familias sacudidas por la crisis o los excesos del capitalismo neoliberal, personas dependientes, etc. Son muchas las problemáticas y muchos los recursos necesarios para atenderlas.

Muchos de estos recursos provienen, o deberían provenir, de las arcas públicas. La crisis económica que ha azotado a España en los últimos diez años y sus consecuencias, los recortes y la falta de voluntad política, han dejado a un gran número de estas entidades en situaciones muy precarias. Muchas de ellas se han visto obligadas a echar el cierre y otras han seguido trabajando para llevar a cabo acciones y proyectos de interés social que han permitido que el aumento en los niveles de exclusión y desigualdad no fuesen tan altos durante la crisis económica.

Al mismo tiempo, hemos visto cómo otras personas han comenzado a colaborar con las organizaciones de acción social, ya sea con tiempo y/o con dinero. Estas aportaciones están siendo fundamentales para hacer más llevaderas las lacerantes situaciones de exclusión social que padecemos.

Mencionamos el panorama actual del sector para hacernos una idea de lo necesarias que son estas organizaciones. Lo que nos lleva a preguntarnos si están ocupando espacios de atención y cuidados que deberían estar en manos de la Administración. Es posible que, en muchos casos, esto sea lo que ocurre. Pero ¿qué hacer? No es ni justo ni eficiente dejar en la cuneta a un porcentaje importante de la población. En este sentido, admiramos el compromiso de todas las personas que colaboran con el tercer sector y apoyamos su lucha, la cual en muchos casos es doble: por una lado, ofrecer mejor atención a las personas con las que trabajan y, por otro, reclamar derechos básicos y fundamentales para esas mismas personas, derechos que tendrían que hacerse realidad desde la intervención directa de la Administración pública.

Un aspecto fundamental de las denominadas organizaciones de acción social es su promoción de la participación y de la acción colectiva, que comparten con otras entidades como las de cooperación internacional o las de la economía social y solidaria.

En un contexto en el que cada vez se hace más fuerte y patente el individualismo salvaje y la falta de conciencia, este cambio de paradigma promovido por estas organizaciones es fundamental. Nos lleva a construir en colectivo, con unos objetivos compartidos que revierten en beneficio de toda la sociedad, poniendo en el centro a las personas y el entorno en el que viven, priorizando a aquellas que más lo necesitan.

Por lo tanto, las organizaciones de acción social tienen un impacto positivo sobre la población y el entorno donde se ubican. Un aspecto fundamental para evaluar a estas organizaciones es medir su impacto real sobre las personas y colectivos con los que se relacionan, pero también, y aquí se entra en una cuestión también muy interesante, el impacto de la propia organización sobre las personas trabajadoras, el entorno en el que se ubican, sus empresas proveedoras y el conjunto del planeta. Concibiendo a la entidad como algo orgánico que convive en armonía dentro de un ecosistema social y económico.

Aquí nos encontramos dos grandes grupos de organizaciones. Por un lado, están aquellas cuya misión se centra en paliar las consecuencias del modelo de desarrollo. Así lo expresan y no se paran mucho a pensar en las causas de la pobreza o la degradación ambiental. Su público objetivo está bien definido y pretenden básicamente dos cosas: aliviar las situaciones más duras de pobreza, sufrimiento y exclusión y mejorar la situación competitiva de las personas vulnerables en el mercado. Por otro lado, están las entidades que identifican unas causas objetivas de la pobreza, la desigualdad y el deterioro ambiental y expresan abiertamente que entre sus objetivos se encuentra revertir esas causas en aras de un mundo más justo. En este segundo tipo de organizaciones es donde probablemente tiene más sentido una colaboración más estrecha con las entidades y personas que forman parte de la economía social y solidaria y que consumen dentro de los mercados sociales. Vamos a ver cómo.

La economía social y solidaria es una propuesta teórico-práctica que intenta repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes, poniendo en el centro a la persona y al medio ambiente en el que vive, por encima del mero beneficio económico. Esta declaración de intenciones se hace realidad a través de los mercados sociales, un espacio alternativo en el que las personas consumidoras, empresas y otras entidades de la sociedad civil, como las de acción social, producen y consumen de acuerdo a unos principios económicos, sociales y ambientales. Hablamos, por lo tanto, de empresas viables económicamente, que reinvierten su beneficio socialmente, bien hacia dentro de la entidad mejorando las condiciones de las personas trabajadoras, o bien en el entorno en el que están ubicadas, apoyando proyectos sociales. Además, se gestionan de acuerdo a una serie de principios y valores basados en el respeto y los cuidados.

Por lo tanto, podemos definir el mercado social como una red de intercambio de bienes y servicios entre empresas de la economía social y solidaria, personas consumidoras críticas y responsables y ahorradoras-inversoras éticas.



Fuente: REAS Madrid, 2017.

Las empresas y entidades pertenecientes a los mercados sociales, como dijimos previamente, se gestionan de acuerdo a una estrategia de balance social que se articula de acuerdo a seis principios:

1. Principio de bienestar laboral.
2. Principio de compromiso social.
3. Principio de cooperación.
4. Principio de compromiso ambiental.
5. Principio de democracia Interna.
6. Principio de reinversión social del excedente.

Esta estrategia se trabaja a través de una encuesta en la que se valoran una serie de indicadores relacionados con los principios mencionados, proporcionando una foto de la entidad en relación a ellos. Es lo que llamamos el balance social o auditorías sociales. Toda esta información permite 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 y potenciar las prácticas de consumo consciente y responsable.

Por suerte, este fenómeno de la economía social y solidaria no es un fenómeno únicamente español. Estamos hablando de un movimiento a nivel global con miles de empresas y entidades en todo el mundo que interactúan con millones de personas consumidoras críticas y responsables en la construcción de un mundo más justo.

Es, por lo tanto, una economía que cambia el mundo abordando las causas y problemas estructurales que condenan a la pobreza y a la exclusión a millones de personas. Es aquí, precisamente, donde radica lo interesante de la participación de las entidades de acción social en las redes de la economía social y solidaria y en sus mercados sociales.

Como hemos dicho anteriormente, las entidades de acción social tienen una repercusión innegable sobre las poblaciones con las que trabajan, pero ¿por qué no multiplicar ese impacto buscando que se replique a lo largo de toda la cadena de valor de las entidades? o de manera más clara ¿por qué no empezamos a consumir cómo pensamos? Con estrategias adecuadas en este sentido, las organizaciones de acción social pueden alcanzar una mayor repercusión en la eliminación de las causas de la pobreza y la exclusión, generando sinergias y creando redes cada vez más grandes que puedan llegar a cubrir todas sus necesidades, desconectándose en la medida de lo posible de una economía capitalista neoliberal causante de muchas de los problemas que abordan.

Siendo más concretos, las entidades de acción social pueden comenzar a satisfacer muchas necesidades dentro de los mercados sociales. Pueden trabajar con la banca ética; contratar sus seguros, la luz o la telefonía móvil o internet; abastecerse de productos de alimentación ecológicos y de Comercio Justo; proveerse de productos y servicios de papelería; contratar servicios de consultoría, auditoría; viajar; formarse; desarrollar productos de agricultura ecológica y de cambio de modelo energético, etc. En Madrid, somos ya más de 150 entidades y en el conjunto del Estado podemos hablar de más de 500.

Uno de los problemas más importantes que tiene hoy el planeta se deriva del calentamiento global provocado por el cambio climático. Este fenómeno empuja a millares de personas cada año a abandonar sus hogares y a desplazarse a pueblos y ciudades como las nuestras, después de travesías en las que muchas de estas personas se dejan la vida, se los conoce como refugiados climáticos y son un claro ejemplo de que la degradación ambiental y la pobreza están estrechamente ligadas, siendo en las mujeres sobre las que repercuten con

mayor impacto, es lo que se conoce como feminización de la pobreza.

Una entidad de acción social puede decidir trabajar con estas personas y conseguir aliviar su sufrimiento y mejorar su situación. Pero ¿y si damos un paso más con una estrategia completa para afrontar las causas bajo la óptica de que cuidar la tierra es combatir la pobreza? Dicha organización podría comenzar por ponerse en contacto con empresas con las que comparte diagnósticos y valores y mejorar su eficiencia energética, contratar la luz, buscar proveedores que favorezcan el desarrollo local a través del Comercio Justo y Responsable, meter su dinero en una banca sin inversiones en empresas directamente relacionadas con conflictos ligados a la escasez de recursos que tienen mucho que ver con el calentamiento global y, así, otras muchas cosas que podemos comenzar a buscar fácilmente por internet en las web de los mercados sociales: <https://www.mercadosocial.net>.

Por otro lado, todo mercado necesita un elemento reconocido por la comunidad como herramienta de intercambio. Esa herramienta es la moneda. Uno de los elementos más interesantes de los mercados sociales son sus monedas complementarias. Son complementarias porque no sustituyen al euro, sino que lo complementan en mercados alternativos consiguiendo efectos muy positivos en las economías locales. No todos los mercados sociales cuentan con herramientas de este tipo, pero allí donde existen, las empresas locales y las entidades de acción social pueden beneficiarse de la potencia transformadora de este tipo de iniciativas.

¿Utopía? Para nada. Ya hay muchas entidades que han comenzado a transitar esta senda de cambio y mejora. Son muchos los cauces y posibilidades de colaboración. Mencionaremos algunos:

- 1. La estrategia de balance social:** los mercados sociales pueden compartir con las entidades de acción social su experiencia en este campo. Una vez que se han evaluado los procesos y los impactos de la organización, podemos plantearnos avanzar en la coherencia de las organizaciones para mejorar el impacto de las mismas en la consecución de la misión de revertir las causas estructurales de la pobreza. En este punto, el mercado social ofrece acceso a empresas y entidades proveedoras de toda índole que permiten a las entidades de acción social optimizar su cadena de valor en beneficio de su misión.
- 2. El reto de motivar e involucrarse:** pero por qué no dar un paso más e involucrar a los diferentes grupos de interés y personas que se relacionan con la organización para contribuir a cambiar el modelo económico. Se puede involucrar a las personas trabajadoras fomentando entre ellas el uso de bienes y servicios de la economía social y solidaria; pero también a las socias y colaboradoras, haciéndoles ver que su consumo responsable y crítico en el día a día contribuye a mejorar la vida de las personas y las condiciones del planeta en el que tienen que vivir, más allá de su aportación concreta en tiempo o dinero a la entidad. Pero también, y esto es muy importante, se puede motivar la participación activista en el movimiento de la economía social y solidaria mediante acciones conjuntas. El mercado social ofrece a aquellas entidades que así lo deseen, la posibilidad de participar en

la vida de la economía social y solidaria a través de la figura de entidad colaboradora. Esta figura se puede adaptar a cada caso, ofreciendo múltiples posibilidades de participación. ¿Por qué no empezar, por ejemplo, por una charla sobre la economía social y solidaria y el mercado social en la propia entidad?

- 3. La formación y la participación conjunta:** las organizaciones del mercado social y las entidades de acción social tienen un largo campo de entendimiento para la formación en ámbitos como la educación financiera, la energía, el medio ambiente, la búsqueda y creación de empleo, la puesta en marcha de actividades económicas, etc. Muchas de estas cuestiones afectan directamente a las personas usuarias de las ONGD y pueden ser abordadas de manera conjunta. Además, el compromiso de las entidades de la economía social y solidaria de reinvertir el beneficio socialmente y de fomentar el desarrollo local del territorio donde están ubicadas ofrece posibilidades de trabajo en común que redundan en beneficio de la comunidad.

Como ejemplo para terminar, nos gustaría mencionar el apoyo e impulso a iniciativas vinculadas a personas que trabajan desde la precariedad y a las que el trabajo colectivo puede mejorar sus condiciones. Tenemos la convicción, al igual que muchas de las entidades de acción social, de que las respuestas colectivas a la precariedad y a la exclusión son más eficaces. En este sentido, tenemos mucho camino por recorrer juntas. Si tenemos un fin común y una metodología complementaria basada en la fuerza y las posibilidades que ofrece la acción colectiva ¿por qué no comenzar a caminar juntos de manera decidida?