

**Observatorio Medioambiental**

ISSN: 1139-1987

<http://dx.doi.org/10.5209/OBMD.79515>EDICIONES  
COMPLUTENSE

## Alternativas sostenibles al consumismo: El comercio justo en el Mercado Social de Madrid

Rubén Allende López<sup>1</sup>

Recibido: 4 de septiembre del 2021 / Enviado a evaluar: 7 de septiembre del 2021 / Aceptado: 15 de diciembre del 2021

**Resumen.** El presente trabajo aborda el controvertido tema del consumo, una práctica más que conocida que forma parte de la sociedad y, a su vez, conforma la misma. Para ello, realiza una aproximación al mismo a través de un recorrido histórico desde el modelo de producción fordista, contemplando también a su sucesor; el modelo posfordista, para finalmente detenerse en su forma actual, contemplando sus variantes. Igualmente, atiende a los diversos efectos adversos derivados de esta práctica sobre la vida cotidiana y el medioambiente, proponiendo y haciendo hincapié en la necesidad de una alternativa sostenible; el Comercio Justo. A su vez, el ensayo recoge un estudio de caso sobre el Mercado Social de Madrid, espacio en el que se aplican los principios de la Economía Social Solidaria y el Comercio Justo, con el fin de determinar si efectivamente supone una alternativa factible al actual modelo de producción y comercialización, que – se basa en, y – perpetúa la desigualdad y las relaciones de dominación. Todo ello se realiza desde la perspectiva socioambiental, abogando por la educación ambiental y las relaciones socioeconómicas justas y equitativas.

**Palabras clave:** Consumo; consumismo; Comercio Justo; Economía Social Solidaria; Mercado Social de Madrid.

### [en] Economic Policy and Environmental, an approximation

**Abstract.** This paper addresses the controversial issue of consumption, a well-known practice that is part of society and, in turn, makes up it. To do this, it makes an approach to it through a historical journey from the Fordist production model, also contemplating its successor; the post-Fordist model, to finally stop in its current form, contemplating its variants. Likewise, it addresses the various adverse effects derived from this practice on daily life and the environment, proposing and emphasizing the need for a sustainable alternative; Fair Trade. In turn, the essay includes a case study on the Social Market of Madrid, a space in which the principles of the Social Solidarity Economy and Fair Trade are applied, in order to determine if it is indeed a feasible alternative to the current model of production and marketing, which –is based on, and– perpetuates inequality and relations of domination. All this is done from the socio-environmental perspective, advocating for environmental education and fair and equitable socioeconomic relations.

**Keywords:** Consumption; consumerism; Fair Trade; Solidarity Social Economy; Madrid Social Market

---

<sup>1</sup> Universidad de Oviedo (España).

E-mail: ruallend@uniovi.es

## [fr] Alternatives durables au consumérisme : le commerce équitable sur le marché social de Madrid

**Résumé.** Cet ouvrage aborde la question controversée de la consommation, une pratique bien connue qui fait partie de la société et, à son tour, la forme. Pour ce faire, il l'aborde à travers un parcours historique à partir du modèle de production fordiste, en contemplant également son successeur ; le modèle postfordiste, pour finalement s'arrêter dans sa forme actuelle, en contemplant ses variantes. De même, il aborde les divers effets néfastes dérivés de cette pratique sur la vie quotidienne et l'environnement, en proposant et en soulignant la nécessité d'une alternative durable ; Commerce équitable. À son tour, l'essai comprend une étude de cas sur le marché social de Madrid, un espace dans lequel les principes de l'économie sociale et solidaire et du commerce équitable sont appliqués, afin de déterminer s'il représente effectivement une alternative réalisable au modèle actuel de production. et la commercialisation, qui - se fonde sur, et - perpétue l'inégalité et les relations de domination. Tout cela se fait dans une perspective socio-environnementale, en préconisant l'éducation environnementale et des relations socio-économiques justes et équitables.

**Mots-clés:** Consommation; consumérisme; Commerce équitable; Économie Sociale Solidaire; Marché social de Madrid.

**Cómo citar.** Allende López, R. (2021): Alternativas sostenibles al consumismo: El comercio justo en el Mercado Social de Madrid. *Observatorio Medioambiental*, 24, 71-88.

**Sumario.** 1. A modo de introducción. 2. El consumo y sus posibles alternativas. 3. Estudio de caso: el mercado social de Madrid. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía.

### 1. A modo de introducción

El presente trabajo se desarrolla en dos bloques diferenciados y gira en torno a un concepto central, conocido y fundamental; el consumo.

El primer bloque parte de un recorrido histórico que permite observar las múltiples formas que este ha ido adoptando a lo largo del tiempo, tomando como punto de partida el modelo fordista, caracterizado por la industria nacional, la producción en masa y el consumo como acción destinada a adquirir los productos necesarios – y mayormente materiales – para la supervivencia personal y familiar. Tras este, su sucesor (el post – fordismo); marcado por la apertura de los mercados al ámbito internacional, acompañada de la propiedad privada, la creciente globalización y el auge de los productos inmateriales, así como del consumo en forma de ocio y como base para la generación de la identidad propia.

A su vez se esclarecen las definiciones conceptuales del “consumo” y el “consumismo”, que evidencian realidades sociales dispares cuyas diferencias residen tanto en las causas como en sus efectos. Por ello, este documento engloba y desarrolla las consecuencias más negativas de esta práctica – tanto en su ámbito social como ambiental –, para terminar por ofrecer una alternativa: el comercio justo y la necesidad de reconocer la importancia de la educación ambiental.

Junto a este, un segundo bloque compuesto por un estudio de caso sobre el Mercado Social de Madrid, una cooperativa de entidades y personas físicas

productoras, distribuidoras y consumidoras de productos que contienen el sello de Comercio Justo, lo que garantiza una serie de condiciones dignas para todos los eslabones de la cadena.

Hoy, en pleno siglo XXI parece increíble que quepa separar la degradación natural del planeta y el aumento de la desigualdad a nivel global, pues ambas parten del mismo punto y se sirven la una a la otra como impulso. De esta forma, deberíamos de plantear seriamente un nuevo modelo que cuente con un enfoque más amplio para abarcar estos dos campos, así como las consecuencias que de ellos se derivan. Por ello, el Mercado Social pretende servir como ejemplo de que es factible un modelo de mercado a pequeña o gran escala que pretenda la sostenibilidad integral, promulgando la igualdad tanto en su ámbito interno como en el externo e incluyendo en su núcleo al medioambiente.

El presente documento tiene un objetivo principal; analizar las características del Mercado Social de Madrid para determinar su viabilidad como modelo de comercio alternativo al mercado hegemónico. Junto a este, desarrolla una serie de labores en tanto que pretende alcanzar el mismo y que constan de la identificación de diferentes formas de llevar a cabo un mismo acto: el consumo; la descripción de algunas de las deficiencias y los impactos del mercado de capital, así como establecer una ruta alternativa hacia nuevos modelos económicos viables; el ensalzamiento de la relevancia de la educación ambiental temprana y del ámbito local; la publicidad de la Economía Social Solidaria y el Mercado Social de Madrid; una evaluación de la alternativa planteada tanto en el ámbito económico, como el social y el ambiental; evidenciar la necesidad de unas relaciones comerciales justas y un compromiso ambiental fuerte y duradero.

## **2. El consumo y sus posibles alternativas**

Actualmente nos encontramos en un punto de difícil retorno en lo referente a la forma de consumir, mayormente alentada por las grandes multinacionales y los gobiernos de los países, pero especialmente excluyente y ambientalmente insostenible. Esta forma de consumo a la que solo unas pocas personas pueden acceder fácilmente, pero otras – en su afán por cumplir con lo que de ellas se espera – acceden en plano de desigualdad, fomenta unas dinámicas que suponen entender el “progreso” a costa del medio ambiente, sin tener en cuenta a este ni a la mayor parte de la población.

Por ello, procede proponer un cambio de paradigma que parta del desarrollo sostenible, dejando al fin de lado la generación riqueza privada y la búsqueda del crecimiento económico a cualquier precio. En esta línea, el movimiento de Comercio Justo surge en los países “desarrollados” por parte de un sector de la población civil que pretende acabar con el imperialismo y las injusticias derivadas de este, basándose en las relaciones comerciales justas y equitativas para dar lugar a la equidad y la justicia social.

El movimiento de Economía Solidaria reconoce la relevancia del crecimiento, pero siempre y cuando se concilie este con la protección del medioambiente y los derechos de las personas. Así, el trabajo tiene como objetivo evidenciar las carencias del modelo comercial hegemónico proponiendo, a su vez, un modelo alternativo que ya tiene largo recorrido y que en este caso se materializa en el Mercado Social de Madrid; una organización que agrupa a personas jurídicas y físicas que abogan por la construcción de este nuevo arquetipo.

Para ello, la realización del presente trabajo se ha basado en la síntesis bibliográfica en aras a realizar un recorrido histórico por las diversas etapas del consumo; a saber, el fordismo y el post-fordismo. Así, cabe observar la evolución y transformación de este desde que se orientaba a la satisfacción de las necesidades personales primarias en el mercado nacional, pasando por la apertura internacional de los mercados – con importante incidencia de la globalización –, para acabar configurándose como actualmente lo conocemos; el consumo como constructor de la identidad personal y como ocio.

De la misma forma, el documento expone los impactos negativos del modelo económico imperante, pero también presenta una alternativa al entramado comercial actual; el Comercio Justo. En esta línea, se torna especialmente relevante comprender que la huella que uno y otro dejan a su paso es completamente diferente; por un lado, el mercado de capital se materializa en importantes desigualdades sociales, pero también devasta a su paso el medio natural al servirse de este para su propio beneficio. Por otro lado, el Comercio Justo pretende enfatizar en el medio natural y las personas con el fin de crear una relación armónica en plano de igualdad, permitiendo un nivel de vida digno para todos los eslabones de la cadena, así como el libre desarrollo del ambiente y la preservación de la biodiversidad.

Por otro lado, en aras de completar el marco teórico del que se sirve el presente documento se realiza un estudio de caso sobre el Mercado Social de Madrid. Esta iniciativa pretende servir de ejemplo a la hora de tratar el tema del Comercio Justo, realizando para ello una aproximación al mismo a partir de la comprensión de su estructura y su forma de funcionamiento, pero especialmente a partir del análisis de sus informes –tanto pasados como actuales–, donde se recogen gran cantidad de indicadores de diversa índole –sociales, laborales, ambientales...– que permiten tratar multitud de aspectos para, posteriormente, proceder a su comparativa con el mercado de capital. De entre estos informes se destaca la especial relevancia de algunos, tales como el Balance Social –una iniciativa promovida por la ESS en la que las organizaciones participantes se evalúan a partir de indicadores sociales, laborales, ambientales... que pretenden situar a las entidades dentro de un marco social, laboral y ecológico–, el Informe Anual del Mercado Social madrileño –cuyos indicadores refieren exclusivamente al MESM– o, en su caso, el Informe Anual estatal –cuyo procedimiento similar respecta a todas las entidades a nivel nacional.

Atendiendo a estos informes societarios, así como aquellos que se llevan a cabo en territorio nacional cabe observar si la alternativa que ofrece el MESM es factible per se, pero también en qué punto se encuentra respecto a otros proyectos parecidos.

Junto a esto, se analizan datos relacionados de entidades internacionales, que permiten oponer la perspectiva nacional a una más amplia – la global –. Para ello se utilizan fuentes como el Banco Mundial – elegida por su especial importancia en lo referente al ámbito socioeconómico, que permite la oposición de los datos globales frente a los recogidos territorialmente por los informes previamente mencionados –, el Informe Planeta Vivo, que recoge datos generales sobre la pérdida de biodiversidad o el Instituto Geográfico Nacional, utilizado en este caso para evidenciar algunas de las consecuencias negativas del mercado de capital sobre el territorio español – tales como la desertificación producida por el agotamiento de los suelos –.

### **3. Estudio de caso: el mercado social de Madrid**

El Mercado Social es una iniciativa que se implementa en diversos territorios, de entre los cuales destacan el número de entidades participantes en Cataluña (194), Madrid (81), o Euskadi (80), sobre un total de 495 participantes (Informe Estatal Anual, 2020).

La función que cumple la cooperativa tiene dos vertientes; por un lado, poner en contacto a las entidades o personas – socias – productoras entre ellas, por otro lado, el consumo de los productos resultantes de dicha producción.

Para poder establecer la comparativa con el mercado convencional – especialmente por las importantes desigualdades económicas que se viven en España –, los diversos Mercados de Economía Solidaria pretenden el esclarecimiento de los datos de las entidades que los conforman, pues es la única forma de sostener el proyecto con autonomía a través de la acción colectiva.

Así surge en 2015 el Balance Social, un informe promovido por la Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria – referente en este caso al año 2019 –, que llama a más de 800 participantes a su cumplimentación y supone, por un lado, una garantía para la transparencia, pero también un paso hacia la autocrítica, la sostenibilidad real y la evolución hacia técnicas comerciales más justas. El informe está compuesto por una serie de indicadores cualitativos y cuantitativos acerca del cumplimiento de los principios de la Carta de la Economía Solidaria, así como por datos relativos al número de participantes y otros de carácter técnico (REAS, 2015).

Para comenzar, el Mercado se configura como una entidad en la que no prevalece el ánimo de lucro, busca la sostenibilidad integral y apuesta por unas condiciones comunes de vida dignas. En consecuencia, las cuentas deben ser públicas y positivas en el momento de elaboración de los balances económicos, pero la relevancia de este punto radica en que los beneficios no son distribuidos entre las personas socias con el objetivo de aumentar su patrimonio, sino que, por la contra, se revierten a los fines propios de la entidad – comprometida a su vez con los de la economía solidaria –, lo que supone apostar por aspectos sociales, culturales, ambientales... (Mercado Social Madrid, 2020)

Si bien es cierto que la mayor parte de entidades que lo forman se constituyen sin fin lucrativo, en aras de retener ciertos fondos correspondientes a los beneficios se dividen entre varias formas de ahorro – o más bien de inversión – según el fin al que se adscriban. En esta línea, la principal de estas retenciones es la reserva obligatoria, que se destina a la propia cooperativa pretendiendo su consolidación y desarrollo, sin que pueda en ningún caso repartirse entre los socios – incluso en caso de disolución – (Ídem, 2020).

Por otro lado, la reserva voluntaria complementa la anterior y se integra por los excedentes que se destinen a la misma. De igual forma que la obligatoria es irrepartible entre los socios de la cooperativa, pues en tal caso se asignará a la siguiente.

La educación de las personas y entidades socias, así como la promoción del Mercado son pilares importantes para su consolidación y desarrollo, por ello se establece una tercera retención; la reserva de educación y promoción, que incluye – entre otras cosas – la formación de sus integrantes en principios y valores cooperativos, formación cultural, asistencial y profesional del entorno local o de la comunidad en general. Pese a que esta es la línea general de actuación, cabe destinar estos excedentes a una asociación de cooperativas que la adscriba al mismo fin (Ídem, 2020).

Teniendo como base las anteriores definiciones, la distribución de beneficios y excedentes obedece al siguiente esquema. Tras deducir las pérdidas de los beneficios extra cooperativos y extraordinarios, se destinarán a la reserva obligatoria. A su vez, los excedentes resultantes de las operaciones con las socias se dividirán proporcionalmente entre la reserva obligatoria (20%) y la reserva de educación y promoción de la cooperativa (mínimo 5%). Si tras esta repartición se supera el triple del capital social los porcentajes pueden variar, cupiendo incluso la reducción de la reserva obligatoria en favor del aumento de la de educación y promoción (Mercado Social Madrid, 2020).

Una vez se supere tras esta repartición el triple del capital social al cierre del ejercicio los porcentajes pueden variar, pues cabe destinar una mayor cantidad a la reserva de educación que se recortará a su vez de la reserva obligatoria.

Tras satisfacer el resto de los impuestos y debido a la imposibilidad de retornar los excedentes a la cooperativa – derivado de su carácter no lucrativo –, los excedentes resultantes se distribuirán entre las reservas especiales previamente constituidas, servirán de incremento de la reserva obligatoria o, en su caso, para la constitución de la reserva voluntaria y a la retribución o devengo de intereses de las aportaciones de las socias (Ídem, 2020).

En consecuencia, un tercio de las entidades participantes en el Mercado Social de Madrid han declarado que los beneficios propios han repercutido positivamente en las personas consumidoras, que tiene especial relevancia dado que el hábito en el mercado convencional sea el de repercutir negativamente impuestos u otros tipos de gravámenes, pero no los beneficios, que suelen ser repartidos entre las personas socias (Ídem, 2020).

Dentro de otro principio – la transformación hacia una sociedad justa, sostenible y libre –, se engloba la política laboral. Así, con la pretensión de comprender el trabajo como algo más que una simple rutina, la Carta de Economía Solidaria lo interpreta como una forma de participación en la economía y la comunidad, pretendiendo así ensalzar su importancia respecto a la vida de las personas, pero también a la hora de participar del contexto social. En esta línea, el trabajo da pie a la satisfacción de las verdaderas necesidades sociales a partir de la producción de bienes y servicios indispensables.

Por ello, la política profesional del Mercado Social se estructura a partir de diversos ámbitos en aras de promover la concienciación sobre el poder personal y común, redistribuyendo y revalorizando los trabajos en su afán por la democracia, la equidad y la erradicación de cualquier tipo de discriminación – haciendo hincapié en el patriarcado y los roles de género, que han conseguido incidir en todos los ámbitos de la vida –.

Por un lado, se torna relevante la evolución hacia una contratación indefinida dentro de las entidades participantes, pues se pretende acabar con la temporalidad que crea inseguridad y malestar frente al puesto de trabajo. En esta línea, cabe destacar que, con carácter general las mujeres son quienes suelen representar el grueso de estos trabajos eventuales abocadas a ello por la conciliación de la vida personal y la laboral, acrecentando de forma importante la desigualdad.

En el Mercado, pese a la tendencia al alza de la contratación indefinida sigue existiendo una brecha importante entre ambas, pues la contratación temporal aún representa un 30 % del total (Mercado Social Madrid, 2020). De la misma forma, la diferenciación por géneros no se evidencia en los contratos indefinidos, pero sí en los temporales; las mujeres desempeñan el 69%.

Tal y como se ha constatado previamente, la asunción de los principios conlleva para las entidades ciertas responsabilidades, como la formación de las personas que trabajan en ellas. Se torna especialmente importante poder conciliar esta con el resto de la vida, pero también que la incidencia dentro del periodo laboral sea positiva o, al menos, no negativa.

En esta línea, el Mercado ha optado por incluir en el Balance indicadores sobre la inclusión de las horas formativas dentro de la jornada laboral, la cobertura de sus costes, ambas, o la adaptación de horarios. Mayormente, las entidades han optado por la inclusión dentro del horario laboral, así como de la prestación de una ayuda para la cobertura de sus costes (39%), siendo minoritarias aquellas que no incluyen alguna medida dentro de su programa, representando únicamente un 5% (Mercado Social Madrid, 2020).

El mercado laboral convencional suele caracterizarse por las largas jornadas, los problemas para la conciliación en la que se viene insistiendo, o dificultad para expresar cuestiones personales en el ámbito de la empresa, por ello la creación de espacios para la resolución de estos con apoyo profesional o, en su caso, la proporción del tiempo necesario para el ocio deberían ser a día de hoy derechos y no preocupaciones debido a la incidencia en la salud de las trabajadoras.

Dentro del ámbito del Mercado, la gran mayoría de entidades afirma contar con medidas de armonización con otras necesidades personales (89%), pero también un gran número estas establecen medidas de atención emocional (69%), ampliando en su mayoría la presencia de los cuidados frente a los básicos que se establecen por Ley (Mercado Social Madrid, 2020).

Además, un 77.78% amplía la posibilidad de atender cuidados no urgentes, por medio de medidas de flexibilidad o la concesión de excedencias (Mercado Social Madrid, 2020), una práctica especialmente poco habitual en el marco económico convencional.

En la línea de la transformación social se incluye el principio de equidad, que busca ensalzar la importancia de las personas participantes a partir del reconocimiento de los mismos derechos – al margen de los cargos que ocupen – y la garantía de relaciones que no se basen en la dominación.

La forma de gobierno se articula en torno a la democracia interna, que supone que todos los participantes participan en igualdad de condiciones en la toma de decisiones por tener la misma carga de derechos y deberes básicos, comprometiéndose, en todo caso, con la transparencia y participación en las evaluaciones periódicas. Así, el trabajo en red y la distribución equitativa de los beneficios adquieren relevancia en tanto que se evita la competencia desleal, apostando por la reciprocidad y la confianza.

La mayoría de las entidades establecen mecanismos que posibilitan y – en ciertos casos – fomentan la participación de las personas trabajadoras, bien sea a raíz de cauces informales (39%), o a través de canales formales y regularizados (59%) – como las comunicaciones directas con las personas de responsabilidad – (Mercado Social Madrid, 2020).

Ahora bien, pese a la apertura de estas líneas de participación, la verdadera incidencia de esta en el Mercado radica de la implicación de las personas participantes en las organizaciones de las que son parte, especialmente en la elaboración de los presupuestos o los planes estratégicos de acción, pues son los que describen los caminos por los que andarán a posteriori las compañías.

Si bien es cierto que la participación es alta – hasta 594 personas en el proceso de aprobación de los presupuestos –, se tornan ciertamente alarmantes cuando el objeto de análisis es el género; pese a que es mayor el número de mujeres implicadas en la elaboración de planes de gestión (60%), o en la aprobación de estos (58%), el peso que tiene el género sobre las personas trabajadoras es mucho inferior en este caso que en el de los hombres.

La presencia de los trabajadores es hasta un tercio más alta que la de sus compañeras en lo referente a la elaboración del presupuesto – nada que ver con las personas de género no binario, que pese a tener presencia ocupa solo un 0.2% –. La misma inversión estadística se experimenta al analizar el número de cargos de responsabilidad que ocupan ambos géneros, pues pese a inclinarse hacia las mujeres en términos absolutos (que desempeñan el 63% de estos puestos), al observar el número de personas trabajadoras la balanza se tuerce hacia el lado contrario; ellas, que son la mayoría, solo ocupan un 31% de los cargos de responsabilidad frente al 40% que corresponde a los hombres.



En lo referente a la brecha de género, la mayor disparidad a nivel global se observa en el empoderamiento político, donde se alcanzan divergencias de hasta 77 puntos porcentuales (Fondo Económico Mundial, 2020).

En tanto que los roles de género no dejan de estar presentes en todas las relaciones sociales, las consideraciones sobre estos en el ámbito de la organización han de estar muy presentes para poder erradicar la lacra, que se manifiesta desde las relaciones interpersonales hasta el salario, pasando por otros muchos indicadores como los que acaban de ser analizados. La transparencia debe ser, por ende, un comportamiento común que demuestre la inquietud por el progreso; en esta línea, un 81% de las entidades afirman cumplir con tal proceder.

Actualmente, las políticas inclusivas – que apuestan por la igualdad de género – han adquirido gran relevancia en el ámbito laboral, tanto por la obligatoriedad de su inclusión en los estatutos como por las exigencias sociales, que claman por la justicia y el progreso. En esta línea, prácticas como el establecimiento de protocolos exclusivos para la prevención, formación y tratamiento de casos de acoso sexual, atención, planes de igualdad, control, o la expresión escrita y verbal a partir del uso del lenguaje no sexista, han ganado popularidad en todos los ámbitos.

En el marco del Mercado, el 69% de las entidades revela utilizar dicho lenguaje inclusivo, frente a otras políticas menos populares como el tratamiento de casos de acoso, que ostenta un 16% pese a la importancia que tiene este en la trabajadora, tanto fuera como dentro del centro de trabajo, y que debería ser una obligación a nivel nacional – pues global es demasiado ambicioso actualmente – para todas las formaciones, pero obviamente más para aquellas que se comprometen con principios tales como los establecidos en la Carta Solidaria.

En lo referente a la remuneración, es destacable que en el marco de las entidades – al menos en el 89% de ellas – no existe brecha salarial, siendo la mayor alcanzada de 5 puntos como máximo – en un 4% de las entidades – que supone aun así un importante progreso respecto al mercado hegemónico, en el que los altos cargos pueden llegar a ingresar hasta 123 veces más que las personas trabajadoras (OXFAM, 2020).

Por otro lado, en relación con el resto de las entidades participantes se pretende la creación de un vínculo pues, en contraposición con el mercado hegemónico y su vocación individualista y competitiva, los principios de la Economía Social Solidaria contemplan la cooperación empresarial como alternativa ética de progreso, donde la toma de decisiones conjunta y la asunción común de deberes y obligaciones garantice la mayor horizontalidad posible.

Por ello se establece el “procomún”, que habilita al resto a la reproducción, copia y distribución libre – con los derechos reservados – de aquellos productos en los que sea factible, si bien es cierto que esta tendencia ha descendido cinco puntos porcentuales respecto a 2015 pese a seguir siendo alta (60.5%). También, a raíz de este principio se establece el trabajo en red y la distribución equitativa de los beneficios, evitando la competencia desleal en aras de la reciprocidad y la confianza (Mercado Social de Madrid, 2021).

Se evidencia una importante tendencia hacia el consumo de bienes y servicios que se producen entre las propias entidades de Economía Solidaria, bien sea dentro del propio Mercado Social o a otras entidades no lucrativas. Las compras entre entidades de los diversos Mercados a nivel estatal corresponden a 7.8% del total, siendo más doble en el caso concreto del Mercado Social de Madrid (19%). Cabe remarcar que las compras a entidades no lucrativas diferentes al Mercado o REAS RdR han descendido en favor del aumento de las efectuadas a estos.

Pese a que se desprende de todo lo mencionado, la Carta Solidaria establece explícitamente el compromiso social, referente a la diligencia en la resolución de los problemas generales derivados del sistema de mercado – incidiendo en la desigualdad, la exclusión y la dominación –. Adquiere relevancia el concepto de “glocal” en tanto que la economía pretende dar solución a problemas globales, pero desde la perspectiva de la implicación con el entorno más próximo, pues las personas participantes se reconocen parte de las comunidades locales donde se lleva a cabo el proyecto, interviniendo problemas y buscando soluciones, pero también basándose en la idea de sostenibilidad ambiental y “eco-dependencia”, promoviendo un uso equilibrado y sostenible de los recursos.

Dentro de las prácticas orientadas a la transformación social se evalúa tanto el tipo de actividad como la frecuencia con la que estas se realizan. En esta línea, las formas más frecuentes son la formación y la participación en charlas o trabajos de organización, que se da en el 81% de las entidades, seguida del apoyo en la difusión (82%) y finalmente, de la disposición de recursos materiales y económicos – tales como la infraestructura o material audiovisual –. Respecto a la frecuencia con la que se desarrollan, es relevante mencionar que ninguna de las entidades participantes en el Mercado manifiesta no dedicar tiempo a estas iniciativas, que se desarrollan al menos una vez al mes en el 63% de los casos (Mercado Social Madrid, 2021).

Si las entidades se involucran en nuevos métodos de participación comunitaria no pueden estar sometidas a los principios bancarios hegemónicos, especialmente por la perpetuación de las desigualdades, el aumento de las bolsas de pobreza y el destino del dinero que se invierte, que es principalmente el enriquecimiento de sus accionistas. En esta línea, cabe apostar por una nueva perspectiva económica que implique a su vez la vertiente ética como elemento transformador; la Banca Ética. Esta, con el dinero de los ahorradores financia exclusivamente proyectos sociales, culturales y medioambientales en búsqueda de una mejor calidad de vida que sea compatible con la transparencia y la sostenibilidad (Sasia y De la Cruz, 2008).

A tal efecto, el siguiente gráfico muestra la habitualidad de participación en este tipo de finanzas por parte de las entidades del Mercado Social de Madrid, en el que resalta la amplia participación con entidades cooperativas tales como Fiare o Triodos Bank – las más significativas a nivel nacional –, así como la colaboración con otras cajas similares, que suponen un total del 63.94%. Por otro lado, un 21% de las entidades mantienen una relación conjunta con la banca ética y la habitual y, únicamente un 14.75% alimenta los vínculos únicos con la banca ordinaria (Mercado Social Madrid, 2020).

Finalmente, las compañías participantes se ajustan a un último compromiso; el ambiental. Resulta interesante comprobar la disparidad de participación entre unas y otras de las prácticas que se incluyen en el Balance, llegando a alcanzar una diferencia abismal entre la adquisición de productos que se hayan creado o distribuido siguiendo con los criterios del consumo responsable (98%), frente al seguimiento o el control interno de las emisiones de CO<sub>2</sub> – que se sigue únicamente en el 7% de las entidades –. Existe también entre estas una preocupación mayoritaria por el ahorro y la eficiencia energética (72%), que no es tan evidente cuando se trata de la contratación del servicio eléctrico con proveedoras de energía derivadas de energías renovables (60%). Respecto al consumo de agua, la mitad de las entidades tienen políticas de ahorro y eficiencia su consumo, siendo todavía inferior el porcentaje de aquellas que han establecido una política o plan de acción y gestión ambiental, que existe únicamente en el 31% de las entidades que participan en el Balance (Mercado Social Madrid, 2021).

Esta especie de contrato ambiental se cumple con mayor regularidad en las alternativas proporcionadas para el transporte a las personas trabajadoras, el uso de papel reciclado, así como en la prevención y la recogida selectiva de residuos.

Cabe destacar que el desempeño de estos parámetros a nivel nacional es en todos los casos superior a la del Mercado de Madrid, exceptuando las ayudas en el transporte y la adquisición de productos en cuyo recorrido se haya visto implicada la economía solidaria. A su vez, los dos indicadores menos populares en el Mercado madrileño lo son también a nivel estatal, lo que evidencia las dificultades para alcanzar ciertos objetivos que padecen las cooperativas participantes en el Mercado madrileño, muchas veces debido a su pequeño tamaño.

#### **4. Conclusiones**

A lo largo del presente trabajo se evidencia como las formas de consumo han ido variando en el tiempo conforme se ha transformado la sociedad. Antes de la perpetuación del modelo comercial actual, el consumo estaba – casi – exclusivamente orientado a la adquisición de productos de primera necesidad, dedicados a la supervivencia.

Con la llegada del liberalismo y hasta actualmente en plena era del “capitaloceno”, las corrientes occidentales posmodernas – que incluyen en su núcleo más duro al medioambiente – han superado con creces los planteamientos individualistas propios del siglo pasado, en los que se materializa un claro dualismo entre el ser humano y el medioambiente.

Especialmente en los últimos 50 años el comercio y el consumo a nivel global, acompañados del aumento de la población, han alterado radicalmente nuestras formas de vida y las han hecho dependientes de la degradación natural a unos niveles angustiosos. Por ello, es relevante reconocer que las economías mundiales dependen de la naturaleza, de esta forma cabrá adoptar medidas reales que la protejan, pues

incluso siendo el objetivo final aumentar la riqueza económica no podrá ser factible a la larga cuando no quepa apoyarse en la extracción de recursos naturales.

Si bien es cierto que los últimos modelos indican que aun cabe actuar contra la pérdida de biodiversidad, solo es factible si se parte de – entre otras cosas – la transformación del sistema alimentario, pues el impacto negativo que generan los hábitos adquiridos repercute directamente sobre esta. De la misma forma, el modelo de producción y comercialización alimentaria provoca importantes incidencias sociales (como la infra alimentación o, en su caso, la obesidad) que se hacen notar especialmente en aquellos colectivos cuya capacidad económica no permite optar a una mejor calidad alimenticia, viéndose acrecentado este problema por la falta de información.

Aun así, es difícil ver resultados prácticos que demuestren un cambio palpable – especialmente a nivel institucional – en el que el medio forme parte de las prioridades sin que detrás de ello haya una cantidad ingesta de incentivos y subvenciones. Por ello se hace necesario transitar a nuevos modelos productivos donde el énfasis se ponga en las personas y en el medioambiente, permitiendo generar una actividad económica que parta de la intelección de ambos sujetos para finalmente establecer nuevas relaciones, más justas y equitativas, donde la naturaleza suponga algo más que una banal subasta de mercado.

Por otro lado, en el texto se recalca la importancia de los índices que valoran y promueven la igualdad de género, pues pese a que actualmente la debacle ambiental es evidente, esta lacra lleva acompañando a la sociedad desde tiempos inmemorables y es más que palpable en todos los ámbitos de la vida. En esto, tanto la Economía Solidaria como concretamente la iniciativa madrileña ridiculizan al mercado de capital, donde los datos de desigualdad son alarmantes y las medidas para atajarlo prácticamente inexistentes.

En tanto que actualmente el grosor de las actividades económicas se producen al margen de la ESS, se torna relevante incitar a la reflexión y la difusión de estas prácticas. En esta línea, se reivindica el papel activo del consumo y de las personas consumidoras como agentes transformadores, involucrando al mayor número de actores en esta transición. Por ello, la suma de las instituciones debe formar parte del programa, tanto en lo referente al fomento de una contratación pública responsable, como en la difusión y exigencia de valores y principios éticos.

Así, la herramienta del Balance Social – creada e instaurada por la Economía Social – puede ser muy útil si se amplía a las entidades ajenas a este modelo alternativo, especialmente en lo referente a la contratación pública. Es aquí donde más deberían promoverse valores ambientales y sociales responsables, fomentando la cooperación y los proyectos empresariales o asociativos que entienden el mercado como un medio para el desarrollo real y sostenible de los territorios y sus comunidades.

De esta forma y en aras a determinar si el Mercado Social de Madrid constituye – aunque sea a pequeña escala – una alternativa factible al mercado convencional es relevante partir del compromiso de los participantes para poder explicar el *modus operandi* de la organización, pues la implicación de estos supone el grosor del trabajo.

La recepción de los principios de la Carta de Economía Solidaria indica que el Mercado no es un intermediario cualquiera, sino que asume importantes responsabilidades para con sus integrantes. La proporción del suministro, publicidad y puesta en contacto hacia las empresas y titulares de las explotaciones se complementa con la orientación a los consumidores, la facilitación de una información completa y la proposición de actividades de sensibilización. La presencia del mercado en esta pluralidad de momentos tiene un claro objetivo; el crecimiento conjunto y la obtención de beneficios comunes.

En esta línea, cabe remarcar que la búsqueda exclusiva del beneficio individual queda fuera del modelo desde la base, pues los beneficios se revierten al mercado en conjunto a través del sistema de reservas al constituirse este como entidad sin ánimo de lucro. Este sistema vuelve a ser un ejemplo de actuación en tanto que además de las conformadas para sostener el Mercado, otras se destinan exclusivamente a la educación de las personas participantes, en aras a formar mejores y más informados consumidores.

Por otro lado, la política laboral es uno de los puntos en los que más se evidencia la desigualdad en el mercado convencional, donde la brecha de género supone una de las principales barreras para alcanzar la igualdad real. Si bien es cierto que determinados indicadores superan con creces el mercado hegemónico, otros como la temporalidad siguen siendo la tarea pendiente también en el MESM, donde las mujeres representan la mayor parte de estos trabajos, muchas veces destinadas a ello por la conciliación de la vida familiar que dificulta la presencia constante en el trabajo si no se establecen las medidas adecuadas.

En este punto el mercado necesita un impulso a partir de políticas de acción inversa y conciliadoras que, pese a existir, parecen no ser suficientes para atajar esta incidencia. Por ello cabe destacar que la mayor parte de las entidades cuentan con medidas de armonización, bien sean estas de atención a las necesidades personales (que suponen la mayor parte de las medidas) o, en su caso, de atención emocional a la persona trabajadora. A estas concesiones solo cabe acceder en el mercado de capital bajo unos presupuestos muy tasados y por un periodo de tiempo muy concreto, motivo por el cual muchas veces no cumplen su cometido o, incluso acarrear consecuencias negativas por el mero hecho de pretender acceder a ellas.

Son las mujeres quienes mayormente se acogen a estas medidas, abogadas a ello por la carga de responsabilidad adicional que suele pesar sobre ellas al margen del entorno laboral. Para completar las anteriores, la mayor parte de las entidades han ampliado esta posibilidad al supuesto de tener que atender cuidados no urgentes, especialmente a partir de excedencias o la flexibilización de la jornada, que simboliza una importante preocupación por la persona trabajadora pues en ningún caso estas medidas suponen el cumplimiento de una obligación derivada de la ley, sino un acogimiento a su extensión voluntaria.

A su vez, en el mercado de capital – donde cada segundo en el puesto de trabajo pretende ser esencial –, no es fácil encontrar programas que incluyan jornadas formativas a sus personas empleadas en el propio horario laboral. Por la contra, en el

mercado madrileño la mayor parte de las entidades proporcionan este tipo de actividades en su horario profesional y, las que no, facilitan ayudas para la cobertura de sus costes.

Por otro lado, en la política laboral se torna relevante el ámbito de la toma de decisiones, pues repercuten directamente sobre las personas trabajadoras. En esta línea, el mercado madrileño se estructura a partir de un modelo de democracia interna en el que estas participan a través de canales formales en un plano de equidad, donde ostentan los mismos derechos que el resto de las participantes al margen del cargo con el fin de poner fin – o al menos limitar – las relaciones de dominación propias del mercado de capital.

De todo ello se deriva que la preocupación de las entidades por la participación de sus integrantes es latente, pero aún se evidencia más al comprobar que, en el marco de las organizaciones, estas tienen poder a la hora de elaborar los presupuestos y establecer los planes de acción estratégicos, donde se recogen las líneas de actuación que seguirá la entidad en el tiempo, suponiendo intervenir en el futuro de las mismas. Esta práctica – que lejos se encuentra del papel que adoptan las trabajadoras en el mercado principal – acarrea un defecto ya observado; las mujeres son quienes mayoritariamente se implican en la elaboración de los planes y programas, no obstante, son quienes menor peso tienen en la toma de la decisión final.

Lo mismo sucede con otros dos indicadores, a saber; la asunción de cargos de responsabilidad y el empoderamiento político. En ambos, las mujeres están lejos de alcanzar la igualdad real. En esta línea cabe destacar que, aunque dos tercios de las organizaciones aseguran emplear lenguaje inclusivo – exigido socialmente en la lucha por la igualdad –, realmente pocas contemplan planes para situaciones tan usuales y agresivas como el tratamiento del acoso laboral.

Pese a no existir – mayormente – brecha salarial, nuevamente se contempla una situación abiertamente desventajada para la mujer en el plano de la perspectiva de género. Por ello se hace necesario obligar a considerar la puesta en marcha de acciones políticas en todos los ámbitos, buscando la modificación de los roles y los estereotipos tan longevamente asignados, tanto desde el ámbito educativo a partir de la promoción de la sensibilización, como en las estructuras formales e informales de participación social – y, en su caso, política –.

La búsqueda de la ruptura de los presupuestos de competencia habituales no puede efectuarse sin la conciencia adquirida de una participación conjunta. En esta línea, las entidades del MESM tienen un proceder corporativo por entender que la verdadera forma de progreso se encuentra en crecer “con” y no “a costa de” el resto de las participantes. Esto, se evidencia en el establecimiento del “procomún”, pero también en las gráficas que muestran el aumento de las compras entre entidades en el seno del mercado, siendo notable la reciprocidad pese a que aún se requieran esfuerzos para lograr la independencia respecto al mercado de capital, todo ello comprendiendo las dificultades existentes para abastecerse de todos los recursos que requieran a partir de la Red de Economía Solidaria, pues en esta no abarca – todavía – toda la gama de productos necesarios.

Como en cualquier otro ejemplo, es difícil pretender un cambio de modelo si no se comprueba la efectividad del nuevo, de forma que se hace necesario difundir los presupuestos y los resultados – tanto positivos como negativos – para pretender, al menos, un incentivo a la reflexión. Por ello también es importante que los presupuestos en los que se base el MESM no partan de la banca hegemónica, pues los cimientos serían erróneos y perpetuaría lo ya conocido.

El modelo de Economía Solidaria fomenta la Banca Ética como forma de financiación, por no someterse a los principios económicos liberales, apostando por la inversión de los excedentes en proyectos sociales y culturales, que finalmente sirven como servicio a la comunidad. En este aspecto, puede decirse que la mayoría de las entidades que cooperan con el mercado madrileño no incentivan el sistema bancario principal pues, como cabe observar en el cuerpo del documento, adquieren su financiación al margen de este o, en su caso, de forma mixta entre las dos opciones.

Especialmente importante se torna el compromiso ambiental, tanto por la necesidad actual como porque supone un pilar especialmente relevante en la Economía Social, pues no cabe proponer una alternativa sin que pase por contar con el medioambiente desde el inicio, pretendiendo que la perturbación del mismo sea la mínima desde el primer escalón hasta el último.

En esta línea, se observa un cumplimiento de los indicadores valorados muy dispar por parte de las entidades del MESM. Cabe detenerse, por tanto, en las causas de aquellos que registran mayor cumplimiento – como la distribución de productos con criterios de consumo responsable – y los que les siguen a la cola – como el control de las emisiones de CO<sub>2</sub> –. Cuando se trata de responsabilidad ambiental se equivocan – muchas veces conscientemente – las acciones que van encaminadas a lograr la eficacia o la eficiencia, con aquellas que, junto con estas premisas puramente económicas, pretenden además lograr la sostenibilidad real.

Por ello no es de extrañar que se ensalce la preocupación por el ahorro y la eficiencia energética en la mayoría de las organizaciones participantes, pero sin embargo el grosor de la energía que estas consumen proviene de fuentes convencionales, siendo menor la implicación con las energías renovables. El mismo problema puede observarse con el ahorro y la eficiencia del uso del agua, contrastado a su vez con la ausencia – en la mayoría de las entidades observadas – de planes de acción o gestión ambiental, exigidos actualmente porque son aquellos que trazan verdaderas líneas de actuación y por ende, la voluntad de cambio.

Así, tras analizar la responsabilidad ambiental de la mayor parte de las entidades, cabe observar que el compromiso es mucho mayor que en el mercado de capital, donde reina el principio de “quien contamina paga”, alterado muchas veces en virtud del dinero para convertirse en “quien puede pagar contamina”. Por ello, pese a que ciertos indicadores puedan suponer la necesidad de una mayor implicación, es cierto que este modelo cuenta con un enfoque más amplio – solo por el mero hecho de incorporar en su Balance dichos pilares –, pretendiendo abarcar tanto el problema como las consecuencias que de este se derivan.

En definitiva, pese a que evidentemente el MESM no es pionero ni representativo a nivel global, es una clara muestra de que existen alternativas factibles, que pueden sostenerse y oponerse al mercado liberal. Si bien es cierto que actualmente cuenta con importantes limitaciones, la evolución del Mercado es palpable y cada vez cuenta con un núcleo más sólido del que crear nuevas posibilidades. La penetración en sectores estratégicos – como la logística o los suministros – puede suponer una importante alternativa a las grandes empresas que monopolizan ambos sectores.

De la misma forma la inclusión en Mercado de nuevas figuras y actores es relevante tanto para su crecimiento como para su función social. Así, la participación de autónomos que pretendan dejar de serlo se convierte en un ejemplo en la búsqueda de formas más sólidas y participativas que permitan alejarlos de la pretensión del beneficio propio, muchas veces inexistente.

Actualmente, el Mercado se mantiene mayormente a partir de sus propios ingresos, lo que demuestra su independencia y capacidad productiva frente a la necesidad de subvenciones, que adscribe a quien las ostenta a unas dinámicas de precariedad y dependencia de las cuales no es fácil salir.

La insistencia por parte de la Economía Solidaria – y, por ende, del Mercado – en condiciones laborales dignas y de calidad, en la conciencia sobre el consumo de productos y servicios, en la gobernanza y la intercooperación... permiten observar cómo en plena era del consumo, la identidad creada alrededor de este puede ser empleada para reivindicar la autonomía y el poder del “nuevo consumidor”. Este, con gran perspectiva social y ambiental se aleja de ser concebido como un agente exclusivamente económico para tomar un papel activo en la transformación y el cambio. Todo ello indica que efectivamente el Mercado supone una alternativa al mercado de capital –por ser los presupuestos completamente diferentes–, que además demuestra ser factible –tanto por su subsistencia como por su desarrollo en el tiempo.

## 5. Bibliografía

- Arias, B. N. (2016). El consumo responsable: Educar para la sostenibilidad ambiental. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 4(1), 29-34.
- Alonso, L. E. (2005). La era del consumo. Pp. 59-80
- Alonso, L. E. (2007). Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada. *Pensar la publicidad*, 1(2), 85-92
- Arocena, J. (1995). El desarrollo local: un desafío contemporáneo (Vol. 158). Caracas: Nueva Sociedad. Capítulo IX: “Una investigación de procesos de desarrollo local”. Cap. El desarrollo local: un desafío contemporáneo. Pp. 201-229
- Banco Mundial (2020), Informe anual 2020: “Apoyo a los países en una época sin precedentes”, Grupo Banco Mundial, Washington DC, ISBN: 978-1-4648-1623-9, pp.99
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2011), Los 10 principios internacionales, <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales/>, fecha de consulta: 26 de mayo de 2021



- Díaz, A. P. (1995). La educación ambiental como proyecto (Vol. 18). HORSORI EDITORIAL, SL. Pp. 115-117
- Equihua Zamora, M; Hernández Huerta, A; Pérez Maqueo, O; Benítez Badillo, G; Ibañez Bernal, Sergio (2016): “Cambio global: el Antropoceno”, *Ciencia ergo-sum*, 23 (1), 67-75. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10444319008> [Consultado: 15 de mayo de 2021]
- Esther Vivas. (2009). La cara oculta de los supermercados. *Revista Vinculando*. [https://vinculando.org/consumidores/la\\_cara\\_oculta\\_de\\_los\\_supermercados.html](https://vinculando.org/consumidores/la_cara_oculta_de_los_supermercados.html)
- Foster, J. B. (1999). Marx's theory of metabolic rift: Classical foundations for environmental sociology. *American journal of sociology*, 105(2). Pp. 366-405
- Home of fair trade enterprises, About us, <https://wfto.com/who-we-are#defining-fair-trade>, The Netherlands, fecha de consulta: 15 de junio de 2021
- JIMÉNEZ, L. M. (2000): Desarrollo sostenible. Transición hacia la coevolución global, Madrid, Pirámide
- J. Moncada, J. Aranguren, “Hacia un Consumidor Responsable: una propuesta para docentes en formación”. Proyecto Fonacit PEI N° 2012000208. Universidad Pedagógica Experimental Libertador Instituto Pedagógico de Caracas CICNAT · L
- J. Gutiérrez, T. Pozo, T. “Modelos teóricos contemporáneos y marcos de fundamentación de la educación ambiental para el desarrollo sostenible”. *Revista Iberoamericana de Educación*, No. 41, pp. 22-68, 2006.
- KOLSTAD C. (2000). *Environmental Economics*. First Edition. Oxford University Press.
- Moore, J. (2014). De objeto a oikēios: la construcción del ambiente en la ecología-mundo capitalista. *Revista Sociedad y Cultura*, 2, pp. 87-107.
- Lara González, José David (2009). CONSUMO Y CONSUMISMO. ALGUNOS ELEMENTOS TRAZA SOBRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN MÉXICO. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 21(1), [Consultado: 15 de febrero de 2021]. ISSN: 1578-6730. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181/18111521024>.
- Leff, E. 1996. Sobre la reapropiación social de la naturaleza. En: López R., A. y P. Hernández (Coordinadores). *Sociedad y medio ambiente: Contribuciones a la sociología ambiental en América Latina*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México
- Martínez C., O. M. 2007. Saber, poder y basura. La imposibilidad de resolver el problema de la basura en el contexto del capitalismo. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- MAX-NEEF, M. (1998): *Desarrollo a escala humana*, Barcelona, Icaria
- Pereda, C., Guijarro, M., (2017) *El Comercio Justo en España 2016: Convergencias con la Agenda 2030*. Recuperado de: <http://comerciojusto.org/wpcontent/uploads/2017/09/INFORME-CJ-2016.pdf>
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Consultado: 9 de marzo de 2021].
- REAS (2015). “La Economía Social y Solidaria en el Estado. Proceso de Auditoría Social 2015”. REAS RdR.

- Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria (2020), *La Economía Social y Solidaria en el Estado. Proceso de Auditoría Social 2020*, Pamplona, obtenido de [https://reasnet.com/intranet/wp-content/uploads/bp-attachments/10981/Informe\\_Auditoria\\_Social\\_Estatal\\_2020\\_REAS\\_RdR.pdf](https://reasnet.com/intranet/wp-content/uploads/bp-attachments/10981/Informe_Auditoria_Social_Estatal_2020_REAS_RdR.pdf), pp.21
- Socías Salvá, Antonio y Doblás, Natividad y (2005), "El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias." CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Vol., núm.51, pp.7-24 [Consultado: 27 de abril de 2021]. ISSN: 0213-8093. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405101>
- Sotelo Pérez, I. (2020). *Disertación científica sobre sostenibilidad territorial y medio ambiente. Observatorio medioambiental*, nº 23, págs. 9-20
- Sotelo Pérez, I. y Sotelo Navalpotro, J.A. (2020). Aspectos generales de la Ordenación del Territorio y del Medio Ambiente. *M+A Revista electrónica del medioambiente*, vol. 21, nº1, pp. 102-121.
- Sasia, P. M., & De la Cruz, C. (2008). *Banca ética y ciudadanía*. Trotta. Vázquez Barquero, A. (1988). *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Pirámide (Madrid).
- WWF (2020), *Informe Planeta Vivo 2020: Revertir la curva de la pérdida de biodiversidad*, WWF, Suiza.