

Recibido: 09.12.04
Aceptado: 14.12.04

La Economía Solidaria. Empresas y economía al servicio de las personas

Autor: Carlos Ballesteros García

Profesor Propio Adjunto de la Universidad Pontificia Comillas

*Reconozco la realidad. Reconozco los obstáculos.
Pero rechazo acomodarme en silencio o simplemente
ser el eco vacío, avergonzado o cínico del discurso
existente.*

P. Freire

Resumen

En este artículo se va a hacer referencia a la Economía Solidaria o alternativa, que es un movimiento de transformación de la realidad socioeconómica, diverso en cuanto a su procedencia social, forma de organizarse y sector de actuación, pero que tiene en común una misma filosofía, similares preocupaciones y un mismo esquema de valores. Efectivamente, cada vez son más numerosas las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social y frente a lo que se ha venido denominando “Ética de las consecuencias”, -ser bueno es rentable- se imponen planteamientos

alternativos, de economías más humanas, de empresas sociales y basadas en las personas. Es quizás un sustrato teórico interesante el reflexionar sobre si existe forma de hacer felices a las personas desde la dimensión económica. La Economía Solidaria aparece así como un instrumento que permite desarrollar una sociedad más justa y solidaria, caminando hacia el desarrollo sostenible y teniendo en cuenta la interdependencia de lo económico, lo social, lo ambiental y lo cultural. Esto es, una economía basada en la calidad de vida de las personas como actrices y protagonistas de su propio desarrollo y no como meros destinatarios de las decisiones de otros.

Palabras clave: Socioeconomía solidaria; Desarrollo sostenible; Empleo; Empresas sin ánimo de lucro; Economía Social; Ética empresarial.

Abstract

This article deals with an alternative way of doing economics. The Solidarity (or also called Alternative) Economy is a worldwide movement that intends to transform the socioeconomic aspects of the reality. It is diverse in relation with its social origin, organizational aspects, and economical sector, but it has in common identical philosophy, similar concerns and the same values scheme. In this sense there are a growing number of firms assuming plenary their social responsibility. Opposite to those with use ethics as synonym of profitability, it is needed some alternative answers, in the sense of more human economies, with social firms based in people values. This should be the most interesting theoretical basis: to think whether there is a way of build Happiness from economics. Solidarity Economy was born precisely for that: as an instrument to develop a more fair and harmonic society by building sustainable relations and being concern about economy, social, cultural and environmental interdependences. That is: a people-based economy worried about life quality of persons as principals of their own development and not merely as recipient of others decisions.

Key words: Solidarity Socioeconomy; Sustainable Development; Labour; Non Lucrative Firms; Social Economy; Business Ethics

I. Introducción

¿Está la economía actual al servicio de las personas?

En nuestra sociedad actual parece imperar una forma de entender la economía y su rentabilidad económica y financiera que, a veces, está basada en unos valores algo alejados de planteamientos éticos, socialmente responsables y que no parecen tener en cuenta el desarrollo endógeno y armónico de los pueblos y territorios.

Esta forma de entender por algunos el valor del beneficio financiero por encima de cualquier otro valor social, cultural y humano se ha venido globalizando a nivel planetario y en los últimos años ha acelerado aún más su omnipresencia, de tal manera que la globalización económica e ideológica unida al avance de la sociedad de consumo, hacen cada vez más difícil que de forma natural nazcan y se articulen experiencias de carácter social en lo económico. Así y entre otros muchos indicios, estas tendencias se manifiestan en:

- El aumento y la mundialización de los intercambios económicos, y el crecimiento de las redes financieras internacionales.
- El proceso de desregulación del mercado laboral y el cuestionamiento de la viabilidad económica del estado del bienestar en las sociedades occidentales.
- La rápida formación de una sociedad de la información.
- La hegemonía política, militar y cultural de los EE.UU. de Norteamérica, paradigma del modelo neoliberal frente al cual, según se dice, no parece existir alternativa.
- La degradación medioambiental, en muchos casos con consecuencias irreparables, para grandes áreas del planeta, debido al desarrollo indiscriminado.
- La emergencia de una conciencia bien pensante en las sociedades occidentales avanzadas y su asimilación por el mercado: La economía de la compasión y del voluntariado (base para la existencia de muchas ONG) que convierte a menudo la solidaridad en un bien económico, en una mercancía.

Efectivamente, la concepción de una economía cada vez más carente de elementos ideológicos o éticos (Cortina, 1997) y la aceptación de la racionalidad y el utilitarismo como criterios de comportamiento fundamentales en la toma de decisiones en la economía cotidiana, suponen una pérdida de conciencia de la responsabilidad del comportamiento del *homo economicus* -o como lo llama Adela Cortina *homo consumers*- (Cortina, 2002) en el que parece haberse convertido el ser humano.

Sin embargo con el comienzo de siglo se ha empezado a cuestionar y trabajar de una forma decidida el comportamiento ético de las empresas. El fenómeno de la globalización y el acceso cada vez más amplio a la información hacen que se conozcan mejor las conductas y las consecuencias de las mismas. La sociedad en su conjunto (consumidores, ciudadanos, organizaciones, partidos políticos, sindicatos, etc.) demanda de las empresas un comportamiento limpio y dentro de los cauces democráticos y de respeto a los demás. La sociedad parece estar cambiando de forma de pensar de manera importante en los últimos años. Cada día tienen mas importancia los valores sociales y la implicación de las personas con diferentes causas y organizaciones del ámbito del llamado tercer sector. Según el barómetro de mayo de 2001 del CIS, la sociedad española valoraba muy positivamente la labor de las ONG (30'7 % muy bien y 48 % bien) y consideraban que esta tendencia seguiría al alza (CIS, 2001).

Frente a un contexto geopolítico mundial angustioso y a una crisis política nacional sin precedentes, enmarcados en una conmoción financiera mundial, sentimientos como el miedo, la expectativa, el temor, la desconfianza, la sensación de abandono, el miedo a la carencia...se han instalado en las vidas de unos consumidores que, cada vez más, desean gastar en experiencias más que en cosas (que ya las tienen), (Davis, 2003). El exponente más claro de ello se puede encontrar en una publicidad que promete sensaciones, placeres, hedonismo Así por ejemplo lo demuestra el reciente anuncio de una marca de automóviles en el que únicamente se ve una mano por la ventanilla, jugando con el aire y un paisaje de fondo y el slogan *¿Te gusta conducir?* (anuncio de BMW, primavera 2003).

El entorno empresarial también sufre cambios. (Rodríguez, 2004)

- Los activos físicos son menos específicos y ya no son las principales fuentes de renta.
- Aumenta la competencia, lo que lleva a una imperiosa necesidad de innovar procesos y mejorar calidades y por lo tanto se demandan empleados con talento.
- La mayor competencia en el mercado de bienes intermedio reduce el grado de integración vertical lo que propone formas menos rígidas de colaboración entre las empresas.
- El control informatizado y los avances tecnológicos suponen una drástica reducción de costes de producción y lo que es mas importante un cambio en estructuras de jerarquía-burocracia.

Por todo ello se incrementa la importancia del capital humano a la vez que los procesos de desregulación y globalización mejoran la posición del consumidor. Así según el último informe “Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI”, el consumidor español será cada vez más escéptico y desleal, es decir, cada vez será más difícil convencerle de las ventajas de una oferta (INC, 2001). En este marco, la búsqueda de valor añadido a través de nuevos valores acorde con los del propio consumidor y la búsqueda de atributos éticos a los productos dará una ventaja competitiva a aquellas empresas que realicen un posicionamiento basado en los valores de las personas. No obstante cualquier intento de modificación estructural contrario al interés del capital financiero generará seguras represalias del mercado de capitales de consecuencias impredecibles. Se sigue afirmando la imposibilidad de tocar ciertos parámetros esenciales del sistema económico sin caer en el caos. (Coraggio, 1999)

Aumenta la preocupación en la empresa por las cuestiones éticas

Uno de los principales fines de la empresa es vender productos o servicios y conseguir, en ese intercambio, satisfacer tanto al consumidor como a si misma, mediante

la consecución de unos ingresos y unos beneficios que generen riqueza y valor. Este objetivo, legítimo y necesario para que existan empresas no debe, pues, ser criticado. Sin embargo, esto no debe disminuir en ningún caso la responsabilidad del empresario respecto a lo que ofrece (Roa -coord.-, 1999). La responsabilidad de la empresa es, en primer lugar, cumplir con aquellos fines que le son inherentes a su propia actividad (ofrecer productos útiles y en condiciones justas, promover el desarrollo humano de quienes trabajan en ella, procurar la autocontinuidad y su crecimiento razonable) pero además debe contribuir a la resolución de situaciones que pueden erosionar el bien común, llevando a cabo acciones que contribuyan a su desarrollo. (Roa -coord.-, 1999).

Ante esta situación, cada vez son más numerosas las empresas que desean asumir plenamente su “responsabilidad social” (prácticas honestas, transparencia de gestión, armonía con el ambiente exterior...) y han comenzado a poner en marcha programas y actividades en los últimos años. La época de los años 80, caracterizada por la especulación y la maximización del valor para el accionista parece que se olvidó de este principio, pero el final de los años 90, lleno de incertidumbre y desconcierto en el ámbito empresarial, parece que ha vuelto a recordarlo. Responsabilidad social corporativa, acción social de la empresa, fondos de inversión éticos, marketing con causa, etc. son términos de actualidad en el mundo de los negocios y que, salvando los matices y las críticas de fondo que pudieran hacerseles, ayudan a crear conciencia y son reflejo de esta preocupación. Cada vez parecen ser más importantes los elementos intangibles -como honestidad, cortesía, trabajo bien hecho- para tener un rendimiento económico elevado. En palabras de Adela Cortina “generar *capital-simpatía* resulta imprescindible” (Cortina, 2002)

Sin embargo, en un reciente artículo publicado en la prensa económica por los profesores Lozano y Vilanova¹ plantean la necesidad de una reflexión hacia el *adónde* se está tendiendo con todas estas iniciativas ya que quizás “quienes se relacionan con temas de Responsabilidad Social Corporativa pueden morir de éxito o de indigestión”.

Algunas iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa

El sistema de Gestión Ética propuesto por FORETICA; los grupos de trabajo de la certificadora AENOR; El foro de Reputación Corporativa; el índice MERCO de reputación corporativa; las iniciativas de la Fundación. Empresa y Sociedad, con los premios a la mejor acción social de la empresa y sus propuestas de memorias de

¹ En este artículo se empieza la reflexión con el hecho de que “Sólo durante el mes de marzo estaban convocadas 15 conferencias internacionales sobre temas relativos a la Responsabilidad Social Corporativa” LOZANO, J. M. Y VILANOVA, M., “¿Existe una burbuja de responsabilidad social?” *Expansion&Empleo.com* 23 de junio de 2004

acción social; los estudios y el anuario de la Fundación Ecología y Desarrollo; el código de buen gobierno de las empresas cotizadas, también conocido como el informe Aldama (antes código Olivenza); el Global Compact o Pacto global promovido por la ONU; la propuesta de triple memoria (económica, social y medioambiental) que propone Global Reporting Initiative; el Libro Verde de la UE; etcétera son algunas de las iniciativas que en los últimos tiempos proponen ahondar en el compromiso empresarial con el entorno.

Sin embargo algunas preguntas y cuestiones planean alrededor de todas ellas y que se podrían resumir en las siguientes: ¿Está de moda ser “responsable”? ¿Es lícito utilizar la (buena) reputación como factor competitivo? ¿Tiene una empresa que justificar su existencia? ¿Es la empresa motor del bien común? ¿Qué han hecho los empresarios para que ser empresario tenga tan mala prensa? “La creciente preocupación por las cuestiones éticas en ámbitos económicos y profesionales responde a una auténtica necesidad y no a una mera moda” dice José Félix Lozano. Para este profesor la importancia de valores éticos, entre los que estarían la transparencia, la integridad, la veracidad o la confianza, son esenciales para el desarrollo de unas relaciones económicas eficaces y eficientes (Lozano, 2002). Estamos pues ante un proceso de cambio y esto se ve reflejado incluso en la preocupación intelectual o académica, donde ya es bastante frecuente encontrar material bibliográfico.²

La búsqueda de valor añadido a través de nuevos valores acorde con los del propio consumidor y la búsqueda de atributos éticos a los productos da una ventaja competitiva a aquellas empresas cuyo posicionamiento está basado en los valores de las personas. *Ser ético es rentable y genera oportunidades de negocio*. Ser bueno es conveniente para la empresa ya sea porque *-Teoría de los recursos sobrantes-* la disponibilidad de recursos permite invertir en acciones socialmente responsables, ya sea porque *-Teoría de la buena gestión-* grupos de interés más satisfechos suponen mayor crecimiento (Araque, 2002). No obstante, este planteamiento puede llegar a confundir la misión de la empresa con una cierta falsa responsabilidad basada en “lo conveniente”.

² A título de ejemplo y entre otros los trabajos ABAD F. (2002) *Invertir en Solidaridad es rentable*, BALLESTEROS, C. (2001), *Marketing con causa, Marketing sin efecto. El Marketing con causa y la educación para el desarrollo*, EPSTEIN, M., y BIRCHARD, B., (2001) *La empresa honesta*, FINE, K. M. Y PRINCE, R.A., (1998) *Cause Related Marketing and corporate philanthropy in the privately held enterprise*, FORÉTICA, SGE 21 (2001) *Sistemas de la Gestión Ética. Norma para la certificación de empresas*. FUNDACION EMPRESA Y SOCIEDAD, (2001) *Un plan de acción social paso a paso*, (2001) *La responsabilidad social tiene premio*, (2001) *La solidaridad también es Marketing. Un plan de acción social paso a paso*. (1999) *Acción Solidaria: un sello pionero para certificar la calidad de los programas de Marketing con Causa*, (1999) *Marketing con Causa. Cómo añadir valor a las marcas vinculándolas a proyectos sociales*, (1998) *La estrategia Social de la Empresa: un enfoque de valor*, GALLO, M. A., (1980) *Responsabilidades sociales de la empresa*, LAZARO, C., (1994) *Como mejorar la imagen de la empresa trabajando en favor de la comunidad*, PERDIGUERO, (2003) *La responsabilidad social de las empresas (RSE) en un mundo global*. RODRIGUEZ FERNÁNDEZ, (2003) *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*

La empresa como buena ciudadana, como “buen vecino”

Frente a toda esta “Ética de las consecuencias”, se imponen planteamientos alternativos, de economías más humanas, de empresas sociales y basadas en las personas. En cierto modo esto se recoge en la idea expresada por Burke como *neighbour of choice* (Gonzalez, 2003) según la cual la empresa debe alimentar relaciones de buena vecindad y que se podría traducir en:

- La construcción de relaciones continuas y sostenibles con el entorno donde se inserta
- Ser proactivo con expectativas de la comunidad, sobre todo en los temas críticos (empleo, atención a la diversidad, medioambiente)
- Y proponer programas de apoyo a la comunidad (Incremento de la calidad de vida)

Es quizás un sustrato teórico interesante, una buena forma de hacer felices a las personas desde la dimensión económica. La idea de ciudadanía económica expresada por Cortina (1997) de la aceptación definitiva de que el compromiso social pasa por la vida económica remite a que los actos de compromiso real de las personas tienen además de una dimensión ideológica, una dimensión material y concreta para dar respuesta a los problemas detectados en nuestro entorno cotidiano. Parece que vivir de manera parcelada, ocio, solidaridad y opción de vida comienza a plantear comportamientos y acciones que van más allá de las actuaciones puntuales para cada uno de estos ámbitos. Así, la gestión del patrimonio privado, de los bienes de cada persona, está perfectamente relacionada e integrada en cómo los seres humanos entienden, defienden y cuestionan el mundo en el que viven. Y algunas empresas no son ajenas a ello.

Y un buen ejemplo práctico de que otra economía, otra empresa es posible es la llamada Economía Solidaria (o alternativa), que como se verá a continuación, es un movimiento de transformación de la realidad socioeconómica, diverso en cuanto a su procedencia social, forma de organizarse y sector de actuación, pero que tiene en común una misma filosofía, preocupaciones y un esquema de valores.

II. Fundamentos de la socioeconomía solidaria

La raíz de una economía social y solidaria

La Economía Solidaria surge de la necesidad de dar respuesta a la creciente deshumanización de la economía, al deterioro del medio ambiente y de la calidad de vida, así como a la falta de valores éticos que producen una degradación creciente en la cultura y la educación. Las consecuencias más evidentes de esta deshumanización de la economía son el incremento de la pobreza y las desigualdades sociales afectando éstas en especial a las mujeres, la exclusión social y económica, el paro y el

empleo en precario. La magnitud del problema genera desafíos y exige respuestas que salgan al paso de tantas carencias y deterioros. La Economía Solidaria aparece así como un instrumento que permite desarrollar una sociedad más justa y solidaria, caminando hacia el desarrollo sostenible y teniendo en cuenta la interdependencia de lo económico, lo social, lo ambiental y lo cultural. Esto es, una economía basada en la calidad de vida de las personas como actoras y protagonistas de su propio desarrollo y no como meros destinatarios de las decisiones de otros.

Según el economista y pensador brasileño Marcos Arruda, (director del Instituto de Políticas Alternativas para o Cone Sul (PACS) en Brasil), en el origen del movimiento de la Economía Solidaria se pueden citar diferentes factores: el factor ontológico, entendido como el profundo deseo de felicidad, que no puede existir sin auto-respeto, respeto mutuo y lazos de amor entre las personas; los factores históricos, que incluyen dos fracasos: el del sistema capitalista, al no haber sido capaz de proveer la base material para una existencia digna como derecho de todos los individuos y sociedades, y el fracaso de los sistemas basados en la provisión colectiva de los bienes (estatismo y otras formas de “comunismo” jerárquico), de proveer una alternativa eficaz y viable al capitalismo. (Arruda, 2004)

Antecedentes históricos

La propuesta que hace la economía basada en las personas puede remontarse desde las prácticas de reciprocidad económica de múltiples pueblos indígenas de diversos continentes hasta el cooperativismo moderno, nacido a mediados del s. XIX en Inglaterra, pasando por las experiencias de economía compartida de numerosas comunidades como por ejemplo la de las reducciones jesuíticas del Paraguay. Efectivamente las prácticas de financiación solidaria y alternativa que hace la Economía Solidaria, sin pedir garantías de tipo real sino de confianza en las personas pueden encontrar parte de su fundamento en la práctica de las “roscas”, créditos de tipo rotatorio, muchas veces en especie, con la única garantía de la propia comunidad y que muchas tribus y pueblos africanos llevan practicando desde los inicios: O también la llamada economía de la reciprocidad de las mencionadas *reducciones*, basada en el trabajo en común, la distribución igualitaria de los productos según la cual la cosecha se dividía en tres partes, la aplicación de excedentes que incrementaban la calidad de vida de la comunidad o la economía basada en el trueque interno y la exportación competitiva de yerba mate, cueros, tejidos o algo de artesanía

El cooperativismo centroeuropeo y las sociedades de ayuda; la producción en común, defensa colectiva y reivindicación de mediados del s. XIX, nacidos en plena expansión de la industrialización como respuesta a la negación de los derechos de participación sociales y económicos de una parte extensa de la población; la economía popular y las ollas compartidas latinoamericanas; las propuestas comunales y comunitarias del mayo del 68 y el movimiento hippie, son algunas de las raíces de

una economía que busca recuperar su sentido etimológico (en griego oikos-nomia, la ciencia de la buena administración de la casa). La Economía Solidaria puede entenderse así como la manifestación de una disconformidad, si bien teniendo en cuenta la situación de finales del siglo XX. En este sentido recoge postulados y prácticas, entre otros, del movimiento ecologista, del feminista y en los últimos años de los movimientos nacidos como *antiglobalización* (crítica, denuncia, presión por regulaciones, reformas y políticas públicas democráticas) en evolución hacia movimientos *alterglobalizadores*, cuya consigna es la misma del Foro Social Mundial que se celebra todos los años desde 2001 bajo el lema *Otro mundo es posible, otra globalización es posible!*

Dimensiones conceptuales de la Economía Solidaria

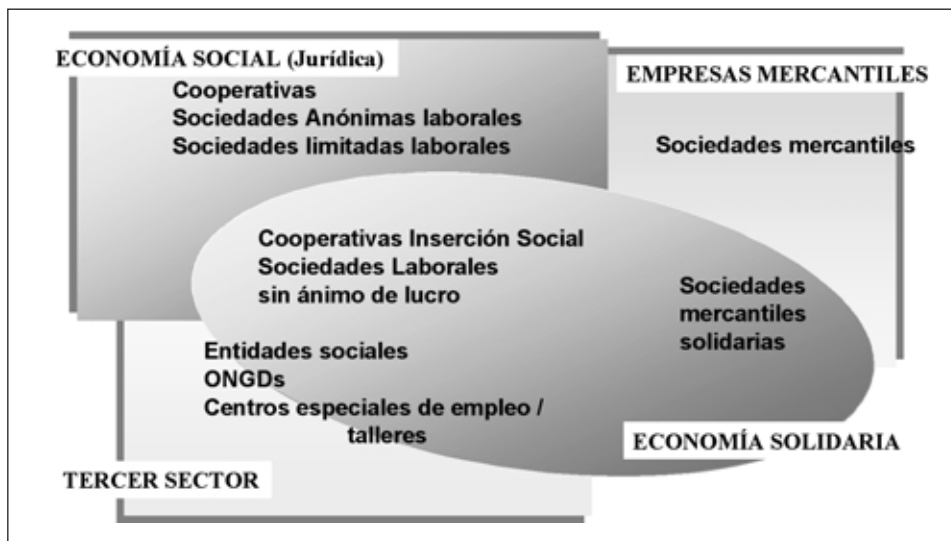
Previamente al análisis conceptual de la Economía Solidaria es preciso hacer una referencia - necesariamente breve por razones de espacio- a la existencia de otros términos y conceptos que, en ocasiones, se utilizan como sinónimos o similares y que pueden llegar a generar cierta confusión³. Así, se podría hacer referencia a las siguientes expresiones: (Retolaza, Mugarra y Enciso, 2004)

- **Economía alternativa** que haría referencia a los movimientos en los que su principal motor es desarrollar actuaciones de tipo socioeconómico de forma diferente al modelo vigente.
- **Economía de donaciones**, de uso reciente. Se está comenzando a usar esta expresión para hacer referencia a un tipo especial de transferencias y flujos de activos económicos de carácter unidireccional, que van desde un donante a un beneficiario o receptor.
- **Economía autogestionaria**, donde se incluirían aquellas formas de organización de actividades económicas basadas en el trabajo autogestionario, es decir, en el que los trabajadores participan en las estructuras de poder, gestión y control de la organización.
- **Economía compartida** concepto nacido del espíritu del Concilio Vaticano II y que hace referencia a aquellas experiencias de vida comunitaria laica (comunidades cristianas de base por ejemplo) donde se comparten sueldos, ahorros e incluso compras.
- **Economía de la Solidaridad**, término acuñado por el Profesor Luis Razetto Migliaro, (1990) cuyo objetivo es introducir la solidaridad en la economía, de forma que se incorpore la tanto en la teoría como en su práctica.

³ Para más información vease BETANCUR, L, y SALGADO, D. C., *Guía de significados y de términos básicos para una mejor lectura de la teoría económica comprensiva* en la web www.economiasolidaria.net.; CORAGGIO, J.L., *Problematizando la Economía solidaria y la Globalización Alternativa*. Presentación en el II Encuentro Internacional sobre Globalización de la Solidaridad, Quebec, 9-12 de Octubre de 2001. <http://www.fronesis.org/jlc/archivos%20para%20descargar/QuebecJLC.pdf>

- **Economía Popular:** Hace referencia a la formación y establecimiento de numerosas pequeñas actividades productivas y comerciales cuyos protagonistas son los grupos sociales empobrecidos de los barrios y poblaciones marginales. A este término de Economía Popular se asocia a veces el de solidaridad, hablándose de *Economía Popular Solidaria*.
- **Economía Social:** el término que sin duda está más consolidado y tiene un reconocimiento general a nivel doctrinal y legal: Haría referencia a aquellas actividades económicas llevadas a cabo por entidades que son principalmente cooperativas, mutuas y organizaciones sin ánimo de lucro y que siguen los principios de priorización del servicio a los miembros o la colectividad por encima del ánimo de lucro y administración independiente sin olvidar que esto no excluye la búsqueda de eficacia empresarial y de obtención de beneficios. Al situarse en un lugar intermedio entre el sector público y privado también suele denominársele también Tercer Sector.
- Otros términos a tener en cuenta podrían ser los que se refieren a la **Socioeconomía**, la **Economía Ecológica** o a la **Economía Crítica**.

Figura 1
Economía Social en sentido amplio (Valores)



(Fuente: Retolaza, Mugarra y Enciso , 2004)

La **Economía Solidaria** por último, “integraría soluciones que van desde el nivel local hasta el global e incluye las múltiples dimensiones y potenciales humanos. Es intrínseca a la Economía Solidaria la capacidad de articular constantemente la

dimensión política y social y la dimensión económica, con una preocupación ambiental” (Quintela, 2002) Otra definición entiende por Economía Solidaria “el sistema socioeconómico, cultural y ambiental desarrollado de forma individual o colectiva a través de prácticas solidarias, participativas, humanistas y sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como fin de la economía”⁴. En este sentido la figura 1 trata de recoger gráficamente el amplio campo conceptual de la economía social.

La Economía Solidaria, en suma, es una forma ética, recíproca y cooperativa de consumir, producir, intercambiar, financiar, comunicar, educar y desarrollarse que promueve un nuevo modo de pensar y de vivir. Para algunos (Reintjes, 2001) los aspectos diferenciales de la Economía Solidaria estarían en su forma de organizarse autónoma e independiente, autogestionada; en la utilidad social cultural y/o medioambiental de sus proyectos; en la propiedad y el control social de los procesos, que necesariamente hace referencia a la participación; el arraigo territorial, la democracia real, y la necesaria sostenibilidad económica, mediante la autosuficiencia financiera. Podría decirse que las principales dimensiones y articulaciones de la Economía Solidaria necesitan, en palabras de Marcos Arruda (2004):

- Un empoderamiento de la sociedad civil, especialmente el mundo del trabajo, que le convierta en el sujeto principal y soberano de su vida y de su propio desarrollo.
- La colaboración solidaria como forma predominante de las relaciones sociales.
- La coparticipación en la producción, distribución y consumo
- El papel del Estado es promover un sistema de sociabilidad basado en la cooperación, respeto mutuo y pleno desarrollo de cada una y de todas las ciudadanas, ciudadanos y comunidades.
- La democracia es entendida como la construcción de un sistema humano y social, un espacio socioeconómico, mental y psíquico del compartir, del respeto mutuo, de la cooperación y de la coparticipación.
- Cada uno y todos los que trabajan –el *individuo social*– son los legítimos líderes y, por tanto, comparten el poder y la responsabilidad en la toma de las decisiones.

Se ha tratado en este apartado de, muy resumidamente, establecer un marco teórico de referencia en el que situar las propuestas de una economía basada en y al servicio de las personas. No obstante una buena síntesis, quizás algo romántica, de todo ello es hacer referencia a lo que Razeto (1990) ha llamado el Factor “C”. y que no es otra cosa que realizar una economía basada en palabras que lo identifican: compañerismo, comunidad, cooperación, colaboración, comunión, coordinación y otras.

⁴ Adoptada En la Asamblea de la Red de Economía Alternativa y Solidaria en Málaga (2000) en el marco de redefinición de REAS como Red de Redes, a propuesta de la delegación de REAS Euskalerría.

Algunos elementos para construir un modelo de relaciones alternativas

No es objetivo de este artículo, ni se dispone del espacio suficiente, realizar un desarrollo completo del modelo de relaciones económicas alternativas. Por lo tanto, solamente se van a apuntar algunos de los elementos que podrían formar parte de una futura modelización de esta propuesta, en orden a su futura discusión y elaboración por parte de los diferentes investigadores y/o practicantes de la economía solidaria

Uno de lo primeros aspectos a tener en cuenta en este nuevo modelo económico haría referencia a la forma de relacionarse y tomar decisiones en la empresa. Frente a la estructura piramidal tradicional, modelo de la mayoría de las empresas y que está basada en la organización y mando de la cúspide y la obediencia absoluta del resto, se propone una estructura basada en relaciones de confianza, bidireccionales. Se trata de pensar en relaciones de ida y vuelta entre diferentes miembros (personas/grupos) de manera coordinada, que es un planteamiento abierto pero muy firme aunque sólo funciona sobre la base de la confianza mutua y del compromiso personal.

Un segundo elemento del modelo podría ser la propuesta de unas relaciones comerciales equitativas, basadas en el respeto mutuo y en la participación de todos los elementos implicados. En cierto modo son coincidentes con los planteamientos del Comercio Justo en tanto en cuanto se postula un precio justo que permita salarios dignos para todos los participantes, respeto a modos de producción locales y medioambientalmente correctos y respeto, sobre todo a los Derechos Humanos, así como al fomento de la participación real en la toma de decisiones de todos los estamentos implicados. Mientras que en las relaciones comerciales habituales el consumidor final es quien paga un precio que condiciona el resto del cadena hacia atrás, ajustando costes y márgenes, en los planteamientos de la economía solidaria el precio es decidido entre todos y el reparto de beneficios también. En los extremos de este modelo de producción-distribución-consumo estaría la figura del *prosumidor* combinación de las palabras, productor y consumidor que recogería la filosofía de la toma de decisiones apuntada en estas páginas. El consumo responsable, cuyo principio fundamental es tomar conciencia de que cada uno de nosotros y nosotras es corresponsable de los efectos sociales y ecológicos de lo que compramos y consumimos sería el fundamento último de este elemento.

Un tercer componente del modelo sería el supuesto de unas relaciones financieras alternativas, basadas en principios de confianza en las personas y en los proyectos, y en el verdadero significado de la palabra crédito. Las inversiones socialmente responsables, el ahorro de proximidad, la Banca Ética o los útiles financieros alternativos serían componente esencial en una economía al servicio de las personas⁵. Este

⁵ Sobre estos temas véase entre otros BALLESTEROS, C., (2003) "Banca Ética" en SICHAR, G. (coord.), *La empresa socialmente responsable*, CIDEAL, Madrid; DE LA CUESTA M., Y BALLESTEROS, C., (2001), "Las inversiones éticas o socialmente responsables. Experiencias y perspectivas de futuro en España", *Cuader-*

tipo de finanzas se caracterizan por estar dirigidas a un público particular: sus accionistas/clientes están dispuestos a ganar poco a cambio de saber que su dinero cumple una función social o solidaria; los depósitos provienen de personas que están imbuidas de ciertos principios o ideología ética y social y por lo tanto, se espera que los préstamos y productos de activo promuevan ciertos valores éticos o culturales. Están dirigidos a promover la creación de empleo, la generación de ingresos en los pobres, así como fomentar el asociacionismo, el cooperativismo y la solidaridad en general.

Otros elementos que podrían tenerse en cuenta son la apuesta por circuitos comerciales cortos, el papel de los intermediarios como facilitadores de relaciones y no como un coste más en las cadenas de distribución, el acceso libre y transparente a la información, el papel de la fuerza de trabajo como un elemento de crecimiento y desarrollo personal, el sentido de lo colectivo como principal fuerza motriz y en fin un largo etcétera de asuntos que se deberían tener en cuenta. Un último asunto importante es plantearse la misión de la empresa, la razón última de ser de los proyectos empresariales. En este sentido la “maximización del valor para el accionista”, sacrosanta fórmula de la economía neoliberal debería reescribirse tratando de buscar la maximización del valor-felicidad para todos los públicos implicados en el proceso empresarial (stakeholders- (Rodríguez, 2004)

III. Una realidad concreta: El caso de España

Creación de una red

En España, desde hace ya bastante tiempo, existen colectivos, asociaciones, cooperativas, etc. que desde el modelo alternativo que se ha intentado explicar aquí ofrecen a los excluidos del mercado de trabajo alternativas para su participación. Asimismo existe una base social de personas que trabajan por un modelo diferente de consumo y participación en el mercado. Se trata de iniciativas que se basan en la autonomía, la solidaridad y la igualdad y a partir de estos valores se hace una lectura diferente de la economía en nuestras sociedades, especialmente del papel del dinero (Vilanova y Vilanova, 1996). No se trata sólo de una crítica a las relaciones económicas imperantes y al modelo de empresa tradicional, sino que la “otra economía” se materializa en respuestas y soluciones concretas, en la búsqueda de un cambio social mucho más profundo. Muchas entidades con amplia experiencia de implicación en el terreno social y económico son conscientes de las dificultades experimentadas

nos de Información Económica, nº 165, Nov-Dic. 2001; DE LA CUESTA M., Y DEL RIO, N. (2001), “Dinero más ético y solidario para una sociedad más humana y responsable”. *Revista Noticias de Economía Pública Social y Cooperativa* nº 33 julio 2001, pp. 46-52; DEL RIO, N., *Rescata tu dinero* Talasa 2003 o VIÑUALES V., y PUEYO, R., (2001) *La inversión socialmente responsable*, Fundación Ecología y Desarrollo, Zaragoza

para dar soluciones reales a la integración social, económica y cultural de una parte de la población, sobre todo la más desfavorecida.

De ahí que la necesidad de fortalecer lazos y generar enfoques diferentes, que faciliten y promuevan alternativas posibles, reales y duraderas fue el motivo de ir creando articulaciones cada vez más numerosas que culminaron en la creación de la red REAS- Red de Economía Alternativa y Solidaria. Se constituyó en el año 1995 y en diciembre de 2000 se modificaron los Estatutos para convertirse en una Red de Redes, que desde entonces agrupa tanto a redes territoriales, como a redes sectoriales. Está compuesta por más de un centenar de entidades y su presencia en el ámbito internacional lo es a través de la Red Global de SocioEconomía Solidaria. Jurídicamente REAS es una asociación de carácter no lucrativo, sin filiación partidista o religiosa alguna, con ámbito de actuación en todo el territorio del Estado Español.

La propuesta de la carta *emprender por un mundo solidario*

El fin principal de REAS es hacer posible esa otra manera de enfocar y gestionar la economía, a través de potenciar, apoyar y coordinar las iniciativas asociativas, empresariales, económicas y financieras que están comprometidas con los seis grandes principios de una Carta que es su principal referente ideológico: la carta *Emprender por un Mundo solidario* iniciativa de la Red europea Horizon y adoptada y adaptada por esta red española expone los principios básicos por los que trabajan las empresas de la socioEconomía Solidaria y que son:

- **Igualdad:** Se trata de satisfacer de manera equilibrada los intereses de todos los protagonistas interesados en las actividades de la empresa u organización. Esto supone que se prefieran modelos de gestión horizontalizados, sistemas de retribución con pocas diferencias salariales entre los distintos niveles.
- **Empleo:** Hay que favorecer la creación de empleo estable y el acceso al mismo de personas desfavorecidas o marginadas. Hay que asegurar a cada miembro del personal condiciones de trabajo dignas, estimular su desarrollo y aprendizaje personal y su toma de responsabilidades.
- **Medioambiente:** Se busca favorecer acciones productos y métodos de producción no perjudiciales para el entorno natural, ni a corto ni a largo plazo. Busca lo local frente a lo alejado, favoreciendo el desarrollo de lo próximo, de la comunidad cercana.
- **Cooperación:** Se apuesta por la cooperación en vez de por la competencia tanto fuera como dentro de las organizaciones.
- **Compromiso con el Entorno:** Se debe estar plenamente integrado en el entorno social en el que se desarrollan los proyectos, lo cual exige la cooperación con otras organizaciones que afrontan diversos problemas del territorio y

la implicación en redes, como único camino para que experiencias solidarias concretas puedan generar un modelo socio-económico alternativo.

- **Sin carácter lucrativo:** El fin al que se tiende es la promoción humana y social, lo cual no obsta para que sea imprescindible el equilibrar la cuenta de ingresos y gastos, e incluso, si es posible, la obtención de beneficios. Ahora bien, los posibles excedentes no se reparten para beneficio particular, sino que se revierten a la sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros.

Existen además una serie de criterios complementarios, entre los que estarían por ejemplo la mejora de la calidad de vida; el estar integrado en el ámbito local; perseguir una gestión lo más autónoma posible; la adopción de actitudes crítica ante los excesos; el desarrollo de acciones comerciales justas con los productores; la circulación de la información fluida tanto dentro como fuera de la organización; la toma de decisiones interna basada en principios democráticos; el que las diferencias de salarios máximos y mínimos se decidan entre todos; el prestar una especial atención a la calidad del trabajo y a la mejora continua de las personas, etc.

Cuando una empresa o entidad se adhiere a esta Carta, se obliga a dar respuesta a los seis principios de base y elegir objetivos prioritarios en la lista de los criterios complementarios propuestos en la carta aparte de asociar en esta gestión al conjunto de las personas implicadas en la empresa. Asimismo se compromete a controlar regularmente si sus prácticas son coherentes con los principios que se comprometieron a respetar, remediando faltas eventuales y publicando cada año su balance solidario. Precisamente uno de los principales proyectos que como red ha venido realizando en los últimos años es el diseño y puesta en práctica de procesos de auditoría social que trate de comprobar fehacientemente el grado de coherencia entre los principios y las acciones de las diferentes entidades.⁶

La realidad de la Economía Solidaria basada en algunas cifras y datos⁷

Este artículo no quedaría completo si no se hiciera referencia, aunque sea de forma incompleta ya veces con cifras algo antiguas, a la realidad concreta de la Economía Solidaria en España. La dificultad de encontrar datos fiables y completos sobre el sector se debe a no estar reconocido como tal en las cuentas de la Contabilidad Nacional Española, dado que como se vienen tratando de explicar en estas páginas, la Economía Solidaria es más un planteamiento ideológico, difícil de identificar y agrupar bajo personalidades jurídicas concretas. Así, ni todas las fundaciones hacen

⁶ Para más información sobre este proyecto véase BALLESTEROS, C Y DEL RIO, E, (2004) *La auditoría social y la economía solidaria*, Fund. Deixalles, Palma de Mallorca

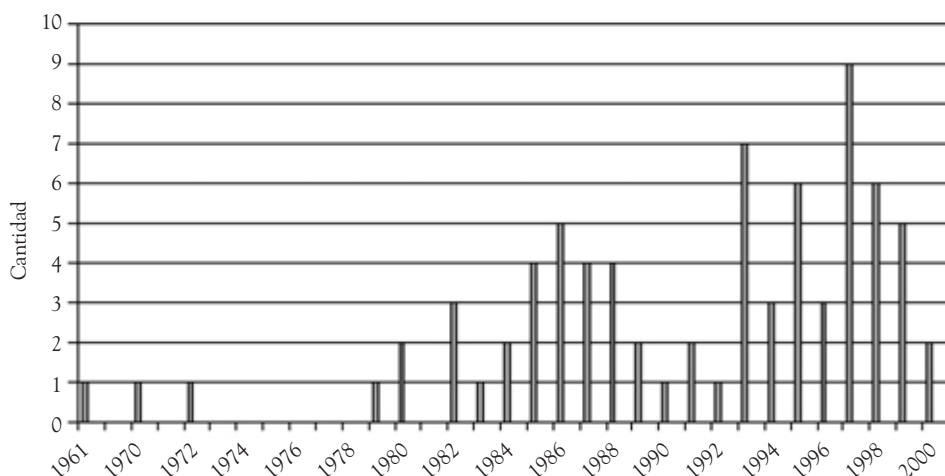
⁷ Este apartado se ha redactado como un resumen de los datos fundamentales proporcionados en <http://www.reasnet.com/DATOSREAS.htm> (consulta realizada el 29/06/04)

Economía Solidaria, ni todas las empresas de inserción apuestan por este modelo, ni, en definitiva, existe una fórmula especial e identificable contablemente de “empresa solidaria”. Tampoco todas las entidades que entienden la economía y la empresa como un instrumento al servicio de las personas están agrupadas bajo REAS. De ahí que los datos que se van a ofrecer a continuación sean una simple aproximación incompleta y quizás algo sesgada dado que han sido proporcionados por la propia red

Respecto a la antigüedad de las entidades, como puede verse en el gráfico de la figura 2 cerca de la mitad de las entidades empezaron a surgir en los años 80 y el resto se constituyeron después de 1993. Pueden distinguirse varias etapas en este proceso:

- El período 83 al 87, en el que el ritmo de creación de nuevas entidades es lento pero constante (5 entidades cada año) Son años de consolidación del ecologismo, la cooperación al desarrollo y el Comercio Justo.
- El período 93 al 98, que coincide con la celebración de los primeros congresos bianuales de Economía Solidaria en Córdoba y con la crisis económica del 93 y por tanto del paro, la marginación y la creatividad para superar la crisis. Así, el año 97, en el que se crearon 10 entidades, ha sido el más activo, probablemente como cristalización del impulso dado por la constitución formal de REAS en el año 95.
- Desde ese año, ha decrecido el ritmo de creación de entidades, en una tendencia que coincide con respecto al resto del ámbito no lucrativo.

Figura 2
Años de creación de las entidades de REAS



Por lo que respecta a la presencia territorial más de un 80% de las entidades tienen un ámbito de actuación local, provincial o de comunidad autónoma, lo que refleja la cercanía al territorio y la apuesta por lo local que anteriormente se había dicho como elemento diferencial de la Red. Destaca la presencia de entidades en Euskal-Herria, Cataluña, Baleares y Canarias. Hay que destacar que Cataluña tiene su propia red de entidades, la Xarxa de Economía, no integrada como tal en REAS.

Por lo que respecta a la distribución sectorial por actividades, la siguiente figura 3 recoge en una tabla las principales actividades, mientras que la figura número 4 expresa el peso relativo de cada sector.

Figura 3
Principales actividades de las empresas de la Economía Solidaria

Reciclaje y recuperación	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empresas de inserción dedicadas a la recuperación, reciclaje y venta de muebles, electrodomésticos, libros, objetos decorativos, etc. Algunas entidades tienen la concesión de recogida de residuos urbanos en barrios o comarcas enteras. • Reciclaje de papel y creación de objetos de papelería.
Actividades financieras y crediticias	<ul style="list-style-type: none"> • Microcréditos para creación de iniciativas de autoempleo: cooperativas, sociedades laborales o autónomos para ex-drogodependientes o parados de muy larga duración.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de mensajería en bicicleta • Empresas de mensajería con discapacitados.
Agricultura y ganadería	<ul style="list-style-type: none"> • Granjas de agricultura ecológica en las que trabajan discapacitados. • Empresas de jardinería y viverismo.
Asesoramiento y formación	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento a emprendedores y a la gestión de empresas de inserción • Talleres ocupacionales y formación técnica . • Orientación sociolaboral y acompañamiento para la búsqueda activa de empleo para ex-reclusos, transeúntes, jóvenes, etc. • Centros de promoción del empleo de jóvenes en situación de riesgo de exclusión. • Formación y encuentros de intercambio para gestores y técnicos (contratados o voluntarios). • Educación ambiental.

Comercio y consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas de Comercio Justo y de Solidaridad. • Entidades de trueque: intercambios de servicios sin dinero entre personas con bajos recursos económicos. • Cooperativas de consumo y de distribución de productos ecológicos. • Librerías, revistas y distribuidoras de publicaciones relacionadas con la economía alternativa y solidaria • Catering, hostelería y alojamientos rurales.
Intervención social	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de ayuda a domicilio. • Animación sociocultural • Hogar funcional para menores en situación de dificultad social. • Programa de apoyo, seguimiento y mediación para jóvenes. • Programa de trabajo socioeducativo en medio abierto con educadores.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de limpieza y mantenimiento • Industria • Empresas textiles

Figura 4
Peso relativo de cada sector

Actividad	Porcentaje
Agricultura ecológica	8%
Asesoría empresas	5%
Comercio Justo	7%
Ecomensajería	4%
Inserción Socio-Laboral	30%
Otras actividades de servicios	19%
Otras actividades productivas	5%
Recuperación	18%
Tienda de la solidaridad	3%

Por lo que respecta a datos económicos y de empleo en el año 2000, entre 55 de las 104 entidades que pertenecen a las redes de Reas había 1.835 personas contrata-

das, 942 voluntarias y 145 becadas. El volumen de facturación del conjunto de estas entidades ascendía a 33,6 millones de euros (5.600 millones de pesetas). Es significativo señalar que el sector no lucrativo en el Estado Español, en su conjunto, genera 450.000 empleos, a pesar de que dentro del sector no lucrativo global, solamente se considera que aproximadamente el 10% realiza actividades económicas y de generación de empleo. Según estos datos REAS abarcaría un porcentaje del 4,5 % del total de empleos del sector no lucrativo dedicado a actividades económicas.

IV. Conclusión

En este artículo se ha intentado presentar la Economía Solidaria o alternativa como un movimiento de transformación de la realidad socioeconómica, diverso en cuanto a su procedencia social, forma de organizarse y sector de actuación, pero que tiene en común una misma filosofía, similares preocupaciones y un mismo esquema de valores.

Igual que las personas, que cuando están estresadas sacan hacia afuera angustias y agresividad, el modelo económico hegemónico está enfermo, estresado y lo muestra en términos de desesperanza, concentración de la riqueza, pobreza y desigualdad, degradación del medioambiente o guerras, sin darse cuenta que lo importante no son los resultados sino los procesos. Las propuestas de la socioeconomía solidaria, sin embargo, no buscan administrar o compensar esos resultados, sino desarrollar el polinomio Producir-Ahorrar-Consumir desde las personas. Busca articular y vincular esferas sociales, políticas y económicas desde abajo y desde adentro para así construir un mundo diferente en base a los actos cotidianos.

Desarrollar proyectos basados en las personas supone trabajar por la creación y estabilización de empleo; promocionar un modelo de empresa participativa, donde las personas puedan desarrollar sus capacidades; apostar por modelos de gestión democráticos, transparentes y equitativos; respetar el medioambiente; favorecer relaciones comerciales justas o recuperar actividades productivas tradicionales.

No se trata tanto de una crítica al modelo de empresa tradicional, como de materializar esta *otra* economía en soluciones concretas, a la búsqueda de un cambio social mucho más profundo. A esto, algunos, le han llamado movilizar el factor "C" concretado en conceptos como Comunidad, Cooperación o Corazón. Comunidad porque se hace con la visión de que lo comunitario está delante de lo individual; Cooperativo porque frente a la competitividad, si todos arriman el hombro, el resultado es bueno y el proceso para llegar a él es educativo y enriquecedor; Corazón, porque queriéndose más se trabaja mejor.

Estos planteamientos suscitan así una serie de retos para el contagio de esta solidaridad, consiguiendo que sea verdadera correa de transmisión de una economía basada en el corazón, en las personas y no en las cosas. Y además convencer que esta alternativa es posible, rentable y alcanzable.

Bibliografía consultada

- ABAD, F.(2002) “Invertir en Solidaridad es rentable”, *ABC Nuevo Trabajo*, 13 de enero de 2002, pp. 8-10.
- ANDREU, R., (2003), “Función social de la empresa”, *Expansión*, 10/02/2003.
- ARAQUE R. A., (2002), “Una aportación al debate sobre el Libro Verde de la responsabilidad social de la empresa”, *Revista de Fomento Social*, num. 228, vol 57, octubre-diciembre, pp. 5-628.
- ARRUDA, M., (2004) “Economía Solidaria y el renacimiento de una sociedad humana matrística”, *Conferencia (no publicada); Jornadas de Economía Solidaria*, Xarxa de Economía Solidaria Barcelona 14/02/2004.
- _____, (2000), *SocioEconomía Solidaria: construyendo a Democracia Económica*, PACS, Semeando Socioeconomía nº 2, Rio de Janeiro.
- BALLESTEROS, C., (2003) “Banca Ética” en SICHAR, G. (coord.), *La empresa socialmente responsable*, CIDEAL, Madrid.
- _____, (2001) *Marketing con causa, Marketing sin efecto. El Marketing con causa y la educación para el desarrollo*, UPCO. Madrid.
- _____, y DEL RIO, E, (2004) *La auditoría social y la Economía Solidaria*, Fund. Deixalles, Palma de Mallorca.
- BETANCUR, L, y SALGADO, D. C., *Guía de significados y de términos básicos para una mejor lectura de la teoría económica comprensiva* www.economiasolidaria.net
- CIS, (2001) *Barómetro social del mes de mayo*, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, (2002), *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*, Bruselas.
- _____, *Libro Verde – Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Bruselas.
- CONGRESO DE LOS DIPUTADOS, (2002), “Proposición de Ley sobre la responsabilidad social corporativa, presentado por el partido socialista”, *Boletín Oficial de las Cortes Generales*, núm. 235-1, 10/05/2002.
- CORAGGIO, J.L., *Problematizando la Economía Solidaria y la Globalización Alternativa*. II Encuentro Internacional sobre Globalización de la Solidaridad, Quebec, 9-12 de Octubre de 2001.
- _____, (1999) “¿Es posible pensar alternativas a la política social neoliberal?” *Nueva Sociedad*, Nº 164, Caracas, Noviembre-diciembre.
- CORTINA, A., (2002), *Por una ética del consumo*, Taurus, Pensamiento.
- _____, (1997), *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría del ciudadanía*, Alianza, Madrid.
- DAVIS, K., (1967), “Social Responsibility is inevitable”, *California Management Review*, volumen 19/1, otoño 1967.

- DE GEORGE R., (1995), *Business Ethics*, Prentice hall, Nueva Jersey.
- DE LA CUESTA et al (2002), *La responsabilidad social corporativa: una aplicación a España*, Economistas sin fronteras, Madrid.
- _____ y BALLESTEROS, C., (2001), “Las inversiones éticas o socialmente responsables. Experiencias y perspectivas de futuro en España”, *Cuadernos de Información Económica*, nº 165, Nov-Dic. 2001.
- _____ y DEL RIO, N. (2001), “Dinero más ético y solidario para una sociedad más humana y responsable”. *Revista Noticias de Economía Pública Social y Cooperativa* nº 33 julio 2001, pp. 46-52.
- DEL RIO, N., *Rescata tu dinero* Talasa 2003.
- EPSTEIN, M., y BIRCHARD, B., (2001), *La empresa honesta*, Paidós, Madrid.
- FORÉTICA, (2002), *Responsabilidad Social Empresarial - Informe Forética 2002 – Situación en España*, Foro para la Evaluación de la Gestión Ética Madrid.
- FORÉTICA, SGE 21 (2002), *Sistemas de la Gestión Ética. Norma para la certificación de empresas*. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética. Madrid.
- FREEMAN, R., (1984), *Strategic management. Stakeholder approach*, Pitman, Toronto.
- FRIEDMAN, M. (1966) *Capitalismo y Libertad*, Rialp, Madrid.
- FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO (2003) *Anuario sobre responsabilidad Social Corporativa en España*, septiembre, fotocopiado.
- FUNDACION EMPRESA Y SOCIEDAD, (2001) “La solidaridad también es Marketing. Un plan de acción Social paso a paso”, *MK marketing + ventas* nº 164, diciembre 2001.
- _____, (2001), “La responsabilidad social tiene premio”, *MK Marketing y Ventas*, nº 155, febrero 2001.
- _____, (1999), *Marketing con Causa. Cómo añadir valor a las marcas vinculándolas a proyectos sociales*, Fundación Empresa y Sociedad, Madrid.
- _____, (1998), *La estrategia Social de la Empresa: un enfoque de valor*, Fundación Empresa y Sociedad, Madrid.
- GALLO, M. A., (1980), *Responsabilidades sociales de la empresa*, Eunsa, Pamplona.
- GONZALEZ E., (2003), “La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los stakeholders”, en SICHAIR G., (coord.) 2003, *La empresa socialmente responsable*, Fundación CIDEAL, Madrid.
- IESE, (2003), “Clima ético en la empresa española”, IESE, Navarra.
- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (2001), *Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*, INC, Madrid.
- LAZARO, C.,(1994) “Como mejorar la imagen de la empresa trabajando en favor de la comunidad”, *Marketing y Ventas*, nº. 83, julio-agosto.
- LOZANO, J. M.,(1999), *Etica y empresa*, Trotta, Madrid.
- _____, (2002), “I Jornadas de reflexión sobre banca ética”, *conferencia (no publicada)*, Caritas Española, El Escorial, 21/09/2002.

- MELÉ, D. (coord.), (2000), *Raíces éticas del liderazgo*, Pamplona, Eunsa.
- PERDIGUERO, T., (2003), *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Anagrama, Barcelona.
- RAZETO, L., (1990) *Las empresas alternativas*, Nordan Comunidad, Montevideo.
- REINTJES, C. (2001). “Iniciando...continuando...reflexiones, debates, sueños, utopías y estrategias colectivas” en VV. AA. (2003) *Economía Solidaria, fundamento de una globalización humanizadora*. PACS, Semeando Socioeconomía nº 7, Río de Janeiro.
- RETOLAZA, J.L, MUGARRA, A. y ENCISO, M., (2004) “Solidarity-based enterprises: New concept for the enterprise of the future” ponencia presentada en el International Research Forum de la ACI “The future of co-operatives in a growing Europe” Segorbe 6 y 9 de Mayo del 2004.
- ROA, F.J., (coord.), (1999) *Ética del Marketing*, Unión Editorial, Madrid.
- RODRIGUEZ FERNÁNDEZ, J.M. (2003) *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo* Akal economía actual, Madrid .
- VILANOVA E., y VILANOVA R., (1996) *Las otras empresas*, Talasa, Madrid.
- VIÑUALES V., y PUEYO, R., (2001) *La inversión socialmente responsable*, Fundación Ecología y Desarrollo, Zaragoza.