

[El compromiso de evaluar lo que hacemos](#)

Enviado por diego el Sáb, 05/31/2014 - 08:00

Sección principal:

[Movimientos](#)

Cuerpo:

Para avanzar en la creación de un Mercado Social es preciso elaborar un sistema de evaluación y seguimiento que permita conocer a las entidades proveedoras, así como los productos y servicios que se van a comercializar en este tejido económico alternativo. Este sistema debe servir de ayuda a las entidades y a las personas consumidoras en su proceso de transición hacia modelos económicos y de mercado más democráticos, justos y sostenibles.

Durante 2014 se lanzará la campaña de Balance Social para que las entidades realicen un proceso de autoevaluación

Durante los años que llevamos trabajando en el Mercado Social este sistema de evaluación ha sido el centro de reiteradas discusiones. Conscientes de que este sistema de evaluación es el elemento distintivo del Mercado Social hemos considerado imprescindible hacer el intento de sistematizar y sintetizar los numerosos debates en torno a los principios y criterios que deben regir este mercado. Éstos son también el elemento fundamental para la creación de las herramientas de balance social que permitirán, en la práctica, asegurar que los participantes en el mercado social trabajan para introducir criterios éticos, solidarios, democráticos y sostenibles.

El Balance Social, y el sistema de etiquetado para las entidades proveedoras del Mercado Social, es una herramienta que ayudará a conocer mejor a las entidades que participan en él y permitirá hacer un seguimiento de su evolución a lo largo del tiempo.

Esta herramienta ha sido desarrollada gracias al impulso de 295 personas y entidades que han cofinanciado este proyecto mediante una exitosa campaña de [crowdfunding](#). y con la ayuda de otros modelos de balance procedentes de diferentes experiencias y lugares, especialmente las que proceden de territorios como Cataluña, Euskadi y Navarra. El resultado nos permitirá dar un paso más en la creación del Mercado Social, pero, por supuesto, se trata de una herramienta viva y esperamos que, en el camino, siga enriqueciéndose con las aportaciones de las personas que trabajan por hacer otra economía posible.

¿Por qué necesitamos instrumentos de evaluación en un mercado social? El Mercado Social parte de una crítica hacia el modelo económico actual y la meta de construir una red común capaz de transformar ese modelo. Los elementos claves de esta integración y, por tanto, de la transformación de la realidad económica son los valores, principios y objetivos compartidos en el espacio. Una vez alcanzado cierto nivel de consenso aceptable en torno a valores, principios y objetivos, los actores del mercado social necesitan dotarse de instrumentos que permitan concretar estos elementos en prácticas.

Estos instrumentos recogen en forma de indicadores, específicos y concretos, los comportamientos que deben guiar la conducta de los actores en el Mercado Social, así como las características que han de tener los productos y servicios que se comercializan dentro de este espacio económico transformador.

Podemos utilizar diferentes instrumentos para evaluar las prácticas de las entidades proveedoras del Mercado Social. Desde una autoevaluación realizada por la propia entidad que constituye lo que hemos llamado Balance Social hasta un sistema de examen e intercambio de conocimientos comunitario que da lugar a lo que hemos llamado Certificación Participativa, pasando por el lugar intermedio que podría ser la Auditoría Social, que da lugar a una evaluación en la que participan todas las personas implicadas en la entidad además de personas de otra entidad independiente.

Una vez consolidado el proceso de Balance Social, los Mercados Sociales deben avanzar hacia un

mayor compromiso

En el caso del Mercado Social de Madrid, las entidades interesadas en participar realizan una evaluación inicial basada en los criterios del territorio al que pertenece. Esta consiste en un cuestionario y una entrevista a cargo de la Comisión de Acogida. Además, la entidad firma un compromiso con el que se compromete a trabajar y avanzar en el logro de los criterios del Mercado Social.

Durante el año 2014 se lanzará la campaña de Balance Social en Madrid, con el objetivo de que las entidades realicen periódicamente un proceso de autoevaluación y publicación de resultados. Esta información estará a disposición de toda la comunidad del Mercado Social y será especialmente relevante para las personas consumidoras, puesto que podrán saber cómo evolucionan las entidades proveedoras respecto a su compromiso con los principios y criterios del Mercado Social. Esta información será de utilidad a la hora de tomar decisiones sobre sus opciones de compra.

Una vez consolidado el proceso de Balance Social, los Mercados Sociales deben seguir avanzando hacia procedimientos que supongan un mayor compromiso e implicación por parte de toda la comunidad que conforma el Mercado Social, tales como la Auditoría Social y la Certificación Participativa. Por ejemplo en el caso de Madrid existe en la actualidad una comisión que está trabajando en el diseño de un proceso de Certificación Participativa que empezará a ponerse en marcha en el sector de la agroecología.

Los criterios que guían el comportamiento de las entidades que se unen al Mercado Social están inspirados en los principios propuestos en la "[Carta de la Economía Solidaria](#)". Ésta recoge los principios según los cuales las organizaciones de la economía solidaria se organizan, producen los bienes o prestan los servicios que comercializan y se comprometen para promover una sociedad justa, democrática y solidaria. Su objetivo es disponer de unos principios de referencia que permitan la continua reflexión sobre las prácticas económicas de las entidades que se adhieren a dicha carta.

La última versión de la Carta Solidaria se recogen los siguientes principios: primero, el principio de equidad; segundo, el principio de trabajo; tercero, el principio de sostenibilidad ambiental; cuarto, el principio de cooperación; quinto, el principio "sin fines lucrativos"; y sexto, el principio de compromiso con el entorno.

Recuadro:

Ejemplos de balance social

Las entidades que participan en el [Mercado Social](#) se comprometen a ir mejorando en el cumplimiento de una serie de criterios: respeto al medio ambiente, empleo estable y de calidad, inserción de colectivos desfavorecidos, compromiso con el entorno, democracia y participación, equidad, sin ánimo de lucro, igualdad, cooperación, transparencia o fines sociales entre otros. Para realizar un seguimiento continuado de este compromiso se ha generado una herramienta que desarrolla un gráfico anual para cada entidad.

Temáticos:

[Número 223](#)

[Economía Solidaria](#)

[Mercado Social](#)

Geográficos:

[Madrid](#)

Artículos relacionados:

[Imagina un día en el Mercado Social](#)

[¿Cómo y por qué participamos en el Mercado Social de Madrid?](#)

[Más de 100 entidades de economía solidaria se encuentran este fin de semana en Madrid](#)

[1ª Feria de la economía solidaria](#)

Edición impresa:

El compromiso de evaluar lo que hacemos

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Info de la autoria:

Comisión de Acogida MES

Autoría:

[Sandra Salsón](#)