



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

Institut Universitari d'Investigació en
Economia Social, Cooperativisme i Emprenedoria
(IUDESCOOP)

**Monedas sociales y complementarias (MSCs):
Sus valores socioeconómicos para distintos *stakeholders***

Tesis Doctoral

Presentada por: Yasuyuki Hirota

Doctorado en Economía Social
(Cooperativas y Entidades no Lucrativas)

Dirigida por: Dr. Francisco Vicente Soler Tormo

Dirigida por: Dr. Rafael Currás Pérez

València (España), julio de 2017

*A todos aquellos interesados en
monedas sociales y complementarias,
esperando que mi haber escrito este trabajo
en el idioma de Cervantes y de Eduardo Galeano
contribuya para compartir mis hallazgos
mucho más allá de las fronteras.
y sirva para la humanidad.*

Tabla de contenido

Lista de tablas.....	10
Lista de gráficos	13
Agradecimientos	14
Resumen (castellano)	16
Resum (valencià)	18
Summary (English)	20
Introducción	22
Objetivos.....	24
Metodologías.....	26
Estructura de la tesis	27
Primera Parte: la economía en servicio de la humanidad y diagnosis teórica del sistema monetario.....	30
Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)	30
1.1. Definición de economía y de conceptos que ayudan a reorientar sus objetivos	31
1.1.1. Etimología de la palabra “economía” en el Occidente y en el Lejano Oriente	31
1.1.2. Buen Vivir (Sumak Kawsay).....	33
1.1.3. Felicidad Nacional Bruta (FNB).....	34
1.1.4. Desarrollo Sostenible, Desarrollo Humano, Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible	34
1.1.5. Economía del Bien Común	37
1.2. Definición de distintos conceptos en torno a la economía social y solidaria (ESS)	38
1.2.1. Los Siete Principios Cooperativos.....	38
1.2.2. Relevancia de las asociaciones.....	39

Tabla de contenido

1.2.3.	Cómo el cooperativismo puede superar los fallos del capitalismo	39
1.2.4.	Definición de ESS en diferentes leyes	40
1.2.5.	Otras definiciones de la economía solidaria.....	43
1.2.6.	Desarrollo social, paz negativa / positiva y Factor C	44
Capítulo 2: los sistemas monetarios y sus fallos estructurales		47
2.1.	Definición del dinero y su evolución.....	49
2.1.1.	Definiciones del dinero	49
2.1.2.	Desarrollo del sistema monetario en la historia humana	53
2.2.	Fundamentos de las teorías crediticias de dinero y de la usura.....	59
2.2.1.	Base teórica de la creación monetaria y de reserva fraccionaria.....	59
2.2.2.	Problemas de la creación monetaria como crédito bancario	63
2.2.3.	Críticas históricas a la usura (tasas de interés).....	69
2.3.	¿Por qué nuestro sistema monetario presenta problemas de sostenibilidad? 73	
2.3.1.	Tendencia procíclica de la creación y flujo monetario.....	73
2.3.2.	Impacto de las tasas de interés compuesto: presión al crecimiento perpetuo y compulsivo y subida de precios finales	76
2.3.3.	Concentración de riqueza	77
2.3.4.	Devaluación del capital social (cohesión social).....	80
2.3.5.	Cortoplacismo que descuenta el futuro.....	81
2.4.	Impacto de estos defectos de nuestro sistema monetario a la ESS	81
Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles		84
3.1.	Definiciones y justificativas en torno a las MSCs.....	85
3.1.1.	Definición de varios conceptos en torno a MSCs.....	85
3.1.2.	Justificaciones para otros medios de intercambio	87
3.2.	Cómo los fallos pueden ser corregidos	91
3.2.1.	Creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada	92

3.2.2.	Tasas de interés compuesto y otros problemas relacionados.....	96
3.2.3.	Devaluación del capital social (cohesión social).....	98
3.3.	Oxidación	98
3.4.	Dinero mensual	102
3.5.	Reserva 100% (Chicago Plan)	103
3.5.1.	La idea original de Chicago Plan.....	103
3.5.2.	“Teoría Monetaria Moderna” o los chartalistas	104
3.5.3.	Avances en los últimos años.....	106
3.5.4.	Reacciones por diferentes gobiernos.....	110
3.5.5.	Críticas a la reforma monetaria.....	112
	Segunda Parte: prácticas de MSCs. ¿Qué valores ofrece cada MSC?	114
	Capítulo 4: tipología de MSCs.....	114
4.1.	Tipología de MSCs.....	115
4.2.	MSCs respaldadas con dinero oficial	117
4.2.1.	Wära (Alemania) y Certificado Laboral (Austria)	117
4.2.2.	billetes con sellos (Estados Unidos).....	119
4.2.3.	Banco Palmas (Brasil).....	120
4.2.4.	Chiemgauer (Alemania)	124
4.2.5.	SOL-Violette (Toulouse, Francia)	126
4.2.6.	Bristol Pound (Reino Unido).....	128
4.2.7.	Eusko (Francia)	129
4.2.8.	Samen-Doen (Países Bajos).....	131
4.2.9.	Fureai Kippu (ふれあい切符, Japón).....	132
4.2.10.	Características de MSCs respaldadas con moneda oficial.....	133
4.3.	MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios.....	135

Tabla de contenido

4.3.1.	Tlaloc (México)	135
4.3.2.	Sistema de Liquidación WAT (WAT 清算システム, Japón).....	137
4.3.3.	SOL por el Banco de Horas Comunitario (Argentina)	138
4.3.4.	Experiencias en Centroamérica.....	139
4.3.5.	Monedas feriales de corta duración	140
4.3.6.	Terra (Mundo, una propuesta).....	141
4.3.7.	Características de MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios	142
4.4.	MSCs emitidas en base a crédito mutuo	143
4.4.1.	LETS (Mundo).....	143
4.4.2.	Bancos del Tiempo (Mundo).....	149
4.4.3.	Barter comercial (varios sistemas en distintos países).....	157
4.4.4.	Características de MSCs respaldadas con crédito mutuo.....	158
4.5.	MSC emitida como crédito bancario.....	159
4.5.1.	Banco WIR (Suiza)	159
4.5.2.	Características de MSC emitida como crédito	160
4.6.	Monedas fiat.....	161
4.6.1.	Ithaca Hours y otras experiencias en Estados Unidos.....	161
4.6.2.	Calgary Dollar (Canadá).....	164
4.6.3.	Club de trueque (Argentina)	165
4.6.4.	El Túmin (México).....	169
4.6.5.	Bitcoin (mundo)	172
4.6.6.	Características de monedas fiat.....	173
4.7.	Monedas emitidas por entidades públicas.....	174
4.7.1.	La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Catalunya).....	174
4.7.2.	Moneda nacional oxidable (Gesell)	175

4.7.3.	Cuasimonedas (Argentina) y monedas municipales (España).....	178
4.7.4.	Características de monedas estatales.....	180
4.8.	Comparación de diferentes MSCs.....	181
4.9.	Aprender de los fracasos: ¿por qué han dejado de funcionar tantas MSCs? .	184
Capítulo 5: ventajas de usar MSCs.....		186
5.1.	Cómo las MSCs pueden corregir los problemas del sistema monetario actual e impulsar la ESS	186
5.1.1.	Contra la creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada	187
5.1.2.	Contra los problemas generados por las tasas de interés compuesto	188
5.1.3.	Para el fomento del capital social (cohesión social)	190
5.2.	Impactos positivos de las MSCs.....	191
5.2.1.	Correlación entre MSCs y diferentes conceptos en torno a la economía	191
5.2.2.	MSCs dentro de la ESS.....	191
5.2.3.	MSCs como herramientas para impulsar la ESS.....	193
5.2.4.	MSCs como herramientas para el desarrollo local sostenible, justo y recíproco y decrecimiento	194
5.3.	Análisis DAFO de las MSCs.....	196
5.3.1.	Debilidades (desventajas internas).....	197
5.3.2.	Amenazas (debilidades externas).....	202
5.3.3.	Fortalezas (ventajas internas)	203
5.3.4.	Oportunidades (ventajas externas).....	207
5.3.5.	Comparación entre DAFO de MSCs y el de cooperativas de trabajo asociado	209
Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing en la promoción de MSCs.....		211
6.1.	Definición del marketing y del valor	212

Tabla de contenido

6.1.1.	Definición del marketing por la American Marketing Association (AMA)	212
6.1.2.	Definición conceptual del valor	215
6.1.3.	Valor percibido y la multiplicidad de los stakeholders.....	221
6.1.4.	Orientación del Mercado (OM) y evaluación del impacto de MSCs.....	230
6.2.	Marketing relacional.....	235
6.3.	Marketing de causa social	239
6.4.	Marketing social.....	240
6.4.1.	Definición y evolución del marketing social	240
6.4.2.	Similitud entre el marketing social y la educación popular.....	246
6.4.3.	Cómo involucrar el público objetivo a la causa.....	251
6.5.	Resumen: constructos del Marketing de MSCs	257
Tercera Parte: prácticas del marketing en MSCs		262
Capítulo 7: estudios de campo		262
7.1.	Metodología utilizada y su justificación en los estudios de campo	263
7.2.	Resultados de las encuestas.....	267
7.2.1.	La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Barcelona)	267
7.2.2.	Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV).....	281
7.2.3.	El Túmin (México).....	292
7.3.	Análisis de resultados por categoría	308
7.4.	Discusiones	313
Conclusiones.....		317
Contribuciones de esta tesis.....		324
Referencias.....		329
Páginas web consultadas.....		353
Anexo 1: Principios Básicos y Normas de Funcionamiento de Xarxa XXIV		367

Anexo 2: Cuestionario para los socios de La Turuta	372
Anexo 3: Cuestionario para los socios de la Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV)	378
Anexo 4: Cuestionario para los socios de El Túmin.....	383

Lista de tablas

Tabla 1: Ejemplos de incidencia de las tasas de interés sobre precios y tarifas ordinarias	77
Tabla 2: Clasificación de respaldos	115
Tabla 3: Cifras sobre SOL-Violette	128
Tabla 4: Tipos de productos y servicios ofrecidos en Tlaloc	136
Tabla 5: Siete “Desventajas” y sus refutaciones	150
Tabla 6: Comparación de tres categorías de bancos del tiempo	154
Tabla 7: Relación entre la economía suiza y la operación del Banco WIR	160
Tabla 8: Categorías de DAFO	196
Tabla 9: DAFO de las cooperativas de trabajo	209
Tabla 10: Definiciones de American Marketing Association sobre marketing	212
Tabla 11: Oferta y demanda de los sistemas de MSC y de los usuarios	217
Tabla 12: Formas de realizar compras en MSCs	218
Tabla 13: Ventajas del uso de MSCs por stakeholder	220
Tabla 14: Definiciones sobre el valor percibido	222
Tabla 15: Costos monetarios y otros “sacrificios” requeridos por cada sistema de liquidación	227
Tabla 16: Etapas de medir consecuencias	234
Tabla 17: Comparación entre la aproximación centrada en organización y la aproximación centrada en consumidor	243
Tabla 18: Dicotomía entre el educador y los educandos	247
Tabla 19: Lo que funciona y no funciona en la educación de MSCs.....	256
Tabla 20: Clasificación de las preguntas realizadas en las encuestas, por categorías...	264
Tabla 21: Perfil de los turutaires encuestados.....	268
Tabla 22: Transacción por mes en turuta.....	271

Tabla 23: Porción de transacciones que se produjeron gracias a turuta.....	271
Tabla 24: Porcentaje de aceptación de turuta por los autónomos.....	272
Tabla 25: Opiniones de los turutaires sobre la aprobación de proyectos financiados en turuta	272
Tabla 26: Opiniones de los turutaires sobre la participación de los establecimientos locales.....	274
Tabla 27: Valor agregado reconocido por los turutaires a los productos / servicios ofrecidos en turuta	276
Tabla 28: Nivel geográfico más apropiado de la Turuta, según los turutaires.....	277
Tabla 29: Número de nuevos turutaires aportados por cada turutaire.....	277
Tabla 30: Perfil de los encuestados de Xarxa XXIV	282
Tabla 31: Porción de transacciones en Xarxa XXIV que se produjeron gracias a Eco ...	285
Tabla 32: Transacciones por mes por los encuestados de Xarxa XXIV	285
Tabla 33: Impacto económico de Xarxa XXIV en la vida de los encuestados.....	286
Tabla 34: Porción de transacciones hechas dentro y fuera de las ferias por los encuestados de XXIV	286
Tabla 35: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre la participación de comercios locales.....	287
Tabla 36: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre la posible creación de un almacén	287
Tabla 37: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre el uso de apps en smartphone.....	288
Tabla 38: Porcentaje del valor añadido reconocidos por los encuestados sobre los productos y/o servicios en Xarxa XXIV	288
Tabla 39: Perfil de los tumistas encuestados	294
Tabla 40: Porción de transacciones que se produjeron gracias a túmin.....	298
Tabla 41: Transacciones por mes en túmin por los encuestados.....	298
Tabla 42: Porcentaje de aceptación en túmin por los encuestados.....	298

Lista de tablas

Tabla 43: Impacto económico a los tumistas encuestados.....	299
Tabla 44: Opiniones de los tumistas encuestados sobre la relación entre túmin y peso	299
Tabla 45: Opiniones de los tumistas encuestados sobre la utilidad de su MSC	300
Tabla 46: Opiniones de los tumistas encuestados sobre el uso de apps en smartphone	302
Tabla 47: Grado de interés de los tumistas encuestados a pedir préstamos en túmin.	303
Tabla 48: Valor añadido que los encuestados están listos para pagar a los productos y/o servicios en túmin	304
Tabla 49: Número de nuevos tumistas aportados por cada tumista.....	305

Lista de gráficos

Gráfico 1: Evolución de crédito bancario, 2005 - 2013	75
Gráfico 2: Tasa de crecimiento real del PIB y del crédito medio en España, 1971-2013	75
Gráfico 3: motivos de participar en La Turuta.....	269
Gráfico 4: cómo se obtiene turuta.....	270
Gráfico 5: bienes y/o servicios que se obtienen en turuta	270
Gráfico 6: opiniones de los turutaires sobre la creación monetaria	273
Gráfico 7: opiniones de los turutaires sobre el medio de soporte.....	273
Gráfico 8: opiniones de los autónomos sobre La Turuta.....	275
Gráfico 9: motivos de participar en Xarxa XXIV	283
Gráfico 10: bienes y/o servicios que se ofrecen en Eco.....	283
Gráfico 11: bienes y/o servicios que se obtienen en Eco	285
Gráfico 12: motivos de los encuestados de participar a El Túmin.....	296
Gráfico 13: bienes y/o servicios que se ofrecen en túmin.....	297
Gráfico 14: bienes y/o servicios que se obtienen en túmin	297
Gráfico 15: impacto económico de El Túmin a los comercios encuestados.....	302

Agradecimientos

Este trabajo no habría sido posible o, al menos no habría sido desarrollado de esta manera, si no hubiera podido contar con tantos apoyos que he recibido a lo largo de mi vida y también en distintos rincones de este mundo cada vez más pequeño. Quisiera mencionar algunos nombres más importantes para expresar mis agradecimientos, pidiendo disculpa también a muchísimos otros por omitirlos.

Al alma de Margrit Kennedy (1939 – 2013), una gran crítica alemana del sistema monetario vigente y promotora desinteresada de monedas sociales, esperando que este humilde trabajo sirva para rescatar y preservar lo que ella nos dejó.

Al Prof. Bernard Lietaer, reconocido como experto mundial en monedas complementarias, a quien he tenido numerosas ocasiones de ver e intercambiar opiniones, visiones etc., por abrirme el panorama sobre la naturaleza del dinero e señalarme que podemos y debemos diseñar sistemas monetarios de forma adecuada para cubrir nuestras propias necesidades que muchas veces permanecen insatisfechas bajo el régimen actual.

A la Prof. Heloísa Primavera, a quien conocí en Buenos Aires en aquella época ya bastante remota del apogeo de los Clubes de Trueque, por haberme introducido al tema de economía social y solidaria, un tema que prácticamente sigue desconocido en mi país de origen, y por darme la oportunidad de conocer estas iniciativas monetarias desde otros ángulos, además de aportarme diferentes sabidurías, muchas de ellas autóctonas del continente sudamericano.

Al Sr. Enric Montesa, economista y fuente inagotable de conocimiento, por ayudarme en numerosas ocasiones desde mi llegada a Valencia, esperando que algún día podamos concretar nuestra pasión en algo tangible.

Al Dr. Francisco Soler, mi director de tesis, por aceptar serlo y orientarme académicamente siempre con razón, además de aguantar tantos errores lingüísticos que no pude evitar al escribir un trabajo en un idioma que, a pesar de que lleve décadas hablándolo, no ha llegado a ser mi segundo idioma materno, aunque a veces tengo la sensación de que lo sea.

Al Dr. Rafael Currás, mi otro director de tesis, por aceptar serlo y sugerir varias técnicas importantes para mejorar este trabajo desde el punto de vista del marketing y del procesamiento de las estadísticas.

A todos otros profesores de IUDESCOOP, por aceptarme como alumno de máster y luego de doctorado, esperando que esta humilde obra sirva para demostrar, al mundo académico hispanohablante, la relevancia de estas experiencias de autogestión monetaria por la sociedad civil dentro del paradigma de economía social.

Al Sr. Ton Dalmau y a la Sra. Carme Dastis, representando todo el gran colectivo de los *trutaires*, por aceptarme en el estudio de campo, esperando que como investigador he podido contribuir suficientemente para el desarrollo de esta preciosa iniciativa.

Y, por último, a todas las demás personas que se dedican cada día para la promoción y la consolidación de estas prácticas de intercambio sin depender del dinero oficial, esperando poder señalar algunas informaciones útiles para su desarrollo.

Resumen (castellano)

Esta Tesis Doctoral define conceptualmente, caracteriza y analiza la propuesta de valor de las Monedas Sociales y Complementarias (en adelante, MSCs) dentro del marco teórico de la Economía Social y Solidaria (ESS), además de estudiar la aplicabilidad de diferentes técnicas del marketing en su promoción. Para estos fines se lleva a cabo: 1) una revisión de la literatura sobre los fallos del sistema monetario actual, sobre todo los relacionados con la creación monetaria como crédito bancario (deuda), 2) definición de la naturaleza del dinero y la de las MSCs, además de estudiar la viabilidad de algunas propuestas monetarias (oxidación, Dinero Mensual y Reserva 100%), 3) descripción extensiva de distintas experiencias existentes de MSCs con el fin de extraer sus características comunes, 4) comparación entre los diferentes objetivos de la ESS y las características aclaradas de MSCs y 5) elaboración de constructos en torno al marketing de MSCs en base a los hallazgos anteriores y realización de encuestas a los socios de tres MSCs (La Turuta, La Xarxa XXIV y El Túmin).

Esta tesis contribuye también para encajar las MSCs a los marcos teóricos. Se perfilan los objetivos relacionados a la ESS como fundamentos para reorientar la economía al servicio de la humanidad y se constata que las MSCs sirven para estos fines mientras que se revelan fallos estructurales del sistema monetario actual que impiden lograrlos. Las distintas definiciones en torno al dinero abren un nuevo horizonte para concebirlo de otra forma, saltando los fallos ya comprobados que inherentemente perjudican el sistema en vigor. Se justifica el uso de las MSCs cuyo respaldo, que varía de sistema en sistema, ofrece diferentes ventajas y desventajas por su propia índole. Se demuestran también los vínculos de estas características y el DAFO de las MSCs con diferentes conceptos del marketing.

La ESS se basa en una serie de principios para lograr una economía más humana y sostenible, tales como la supremacía de personas sobre el capital, la gestión democrática, la cooperación y el compromiso con el entorno. Por otra parte, en la actualidad, la forma habitual de emitir el dinero es como crédito bancario, lo que genera diferentes problemas como escasez de la liquidez, dominación por la élite financiera, exclusión financiera, ilegitimidad jurídica, crecimiento desmesurado del mercado especulativo, creación monetaria procíclica, presión al crecimiento perpetuo, cortoplacismo, concentración de riqueza y, en definitiva, devaluación del capital social en el sentido de Putnam et al. (1994). El dinero existe, sin embargo, sólo como ley o acuerdo alterable y las MSCs demuestran su vocación social y su potencialidad para satisfacer necesidades no atendidas por el dinero convencional. En este sentido, dan respuesta a los defectos del mismo, al solucionar (i) el problema de creación monetaria como crédito bancario implementando MSCs creadas bajo otras lógicas y/o con la propuesta de reserva 100%,

(ii) el de crecimiento exponencial introduciendo una moneda sin tasas de interés (para este fin servirá la oxidación) y (iii) el de cohesión social generando otros medios de intercambio más adecuados.

Las MSCs pueden clasificarse en seis categorías, con sus ventajas e inconvenientes: las respaldadas con moneda oficial (más aceptabilidad pero también más dependencia del sistema oficial), las respaldadas con otros bienes y/o servicios (la aceptabilidad depende del tipo del respaldo, pero al menos se libera de la moneda oficial), las de crédito mutuo (su utilidad depende de la gama de bienes y servicios ofrecidos por los socios), las concedidas como crédito bancario (dependen del tamaño del circuito que acepta dichas monedas), las de *fiat* (funcionan con tal de que haya alguien que las quiera aceptar) y las emitidas por entidades públicas (respaldadas con la posibilidad de pagar impuestos etc.).

Las MSCs pueden superar problemas del sistema monetario vigente, aunque su grado de eficacia varía considerablemente según iniciativas. Pertenecen a la ESS, además de promoverla, y tienen su propio DAFO, por ejemplo: aceptación restringida (debilidad y fortaleza), prohibición por el gobierno (amenaza) y dificultad en la economía formal (oportunidad).

La clave del marketing es el "valor" y en caso de MSCs se trata de las posibilidades de comprar sin dinero oficial, de crear otro mercado con transacciones complementarias, de aumentar la facturación, de mejorar el acceso a la financiación y conseguir la autogestión monetaria parcial. Se consideran todos los usuarios de MSCs como consumidores quienes usan este medio de intercambio sólo cuando les conviene. Se usan MSCs también para estrechar relaciones con clientes existentes además de captar los nuevos. Algunas MSCs adoptan la estrategia del marketing de causa social y el marketing social muestra su similitud con la educación popular en Brasil en el sentido de establecer un diálogo entre los gestores y los usuarios de las MSCs.

Los estudios de campo con participantes en tres MSCs (La Turuta, La Xarxa XXIV y El Túmin) han permitido concluir que el localismo económico y la cohesión social son los valores más importantes para los usuarios de las MSCs, seguidos por el impacto económico. La oferta de alimentos y la existencia de un establecimiento para exponer productos son la clave para atraer más socios. El mayor obstáculo que dificulta la divulgación de estas iniciativas es su poco conocimiento entre el público en general, lo que plantea la necesidad de elaborar estrategias de comunicación más eficaces para mejorar la visibilidad de estas experiencias.

Resum (valencià)

Aquesta Tesi Doctoral defineix conceptualment, caracteritza i analitza la proposta de valor de les Monedes Socials i Complementàries (en endavant, MSCs) dins del marc teòric de l'Economia Social e Solidària (ESS), amés d'estudiar l'aplicabilitat de diferents tècniques del màrqueting en la seua promoció. Per a aquestes fins es porta a cap 1) una revisió de la literatura tocant a les fallades del sistema monetari actual, sobre tot les relacionades amb la creació monetària com a crèdit bancari (deute), 2) definició de la naturalesa dels diners i la de les MSCs, amés d'estudiar la viabilitat d'algunes proposicions monetàries (oxidació, Diners Mensuals i Reserva 100%), 3) descripció extensiva de distintes experiències existents de MSCs amb la finalitat d'en extraure les característiques comuns, 4) comparació entre els diferents objectius de l'ESS i les característiques aclarides de MSCs i 5) elaboració de constructes sobre el màrqueting de MSCs en base a les troballes anteriors i realització de enquestes als socis de tres MSCs (La Turuta, La Xarxa XXIV i El Túmin).

Aquesta tesi contribueix també per a encaixar les MSCs al marcs teòrics. Es perfilen els objectius relacionats a l'ESS com a fonaments per a reorientar l'economia al servei de la humanitat i es constata que les MSCs serveixen per a aquestes finalitats mentre que es revelen fallades estructurals del sistema monetari actual qui impedeix aconseguir-les. Les distintes definicions tocant als diners obren un nou horitzó per a concebre'ls d'una altra forma, en saltant les fallades ja comprovades qui inherentment perjudiquen el sistema en vigor. Es justifica l'ús de les MSCs del qual el recolzament, qui varia de sistema en sistema, ofereix diferents avantatges i desavantatges per la seua pròpia índole. Es demostren també els vincles d'aquestes característiques y el DAFO de les MSCs amb diferents conceptes del màrqueting.

L'ESS es basa en una sèrie de principis per a aconseguir una economia més humana i sostenible, tals com la supremacia de persones sobre el capital, la gestió democràtica, la cooperació i el compromís amb l'entorn. Per altra part, en la actualitat, la forma habitual d'emetre diners és com a crèdit bancari, cosa qui genera diferents problemes com a l'escassetat de liquiditat, dominació per l'elit financera, exclusió financera, il·legimitat jurídica, creixement desmesurat del mercat especulatiu, creació monetària pro-cíclica, pressió al creixement perpetu, curtermisme, concentració de riquesa i, en definitiva, devaluació del capital social al sentit de Putnam et al. (1994). Els diners existeixen, tanmateix, només com a llei o acord alterable i les MSCs demostren la seua vocació social i la seua potencialitat per a satisfer necessitats no ateses pels diners convencionals. En aquest sentit, donen resposta als defectes del numerari, al solucionar (i) el problema de creació monetària com a crèdit bancari implementant MSCs creades sota altres lògiques i/o amb la proposta de reserva 100%, (ii) el de creixement exponencial introduint una

moneda sense taxes d'interès (per a esta fi servirà l'oxidació) i (iii) el de cohesió social generant altres mitjans d'intercanvi més adequats.

Les MSCs es poden classificar en sis categories, amb els seus avantatges i inconvenients: les recolzades amb moneda oficial (més acceptabilitat però també més dependència respecte al sistema oficial), les recolzades amb altres bens i/o servicis (l'acceptabilitat depèn del tipus del recolzament, però al menys s'allibera de la moneda oficial), les de confiança mútua (la seua utilitat depèn de la gamma de bens i servicis oferts pels socis), les concedides com a crèdit bancari (depenen de la talla del circuit qui accepta dites monedes), les de *fiat* (funcionen per tal que haja algú qui vullga acceptar-les) i les emeses per entitats públiques (recolzades amb la possibilitat de pagar impostos etc.).

Les MSCs poden superar problemes del sistema monetari vigent, tot i que el seu grau d'eficàcia varia considerablement entre iniciatives. Pertanyen a l'ESS, amés de promoure-la, i tenen el seu propi DAFO, per exemple: acceptació restringida (debilitat i fortlesa), prohibició pel govern (amenança) i dificultat dins de l'economia formal (oportunitat).

La clau del màrqueting és el "valor" i en cas de MSCs es tracta de les possibilitats de comprar sense diners oficials, de crear altre mercat amb transaccions complementàries, d'augmentar la facturació, de millorar l'accés al finançament i d'aconseguir l'autogestió monetària parcial, i es consideren tots els usuaris de MSCs com a consumidors qui utilitzen este mitjan d'intercanvi només quan els convé. S'utilitzen les MSCs també per a enfortir relacions amb clients existents amés de captar els nous. Algunes MSCs adopten l'estratègia del màrqueting de causa social i el màrqueting social mostra la seua semblança amb l'educació popular al Brasil en el sentit de la necessitat d'establir un diàleg entre els gestors i els usuaris de les MSCs.

Els estudis de camp amb participants de tres monedes socials (La Turuta, La Xarxa XXIV i El Túmin) han permès concloure que el localisme econòmic i la cohesió social són les valors més importants per als usuaris, seguides per l'impacte econòmic. L'oferta de aliments y l'existència d'un establiment per a exposar productes són la clau per a atreure més socis. El major obstacle que dificulta la divulgació d'estes iniciatives és el poc coneixement entre el públic en general, problema que planteja la necessitat d'elaborar estratègies comunicació més eficaces per a millorar la visibilitat d'aquestes experiències.

Summary (English)

This Ph.D. dissertation provides a conceptual definition that characterizes and analyses the proposal concerning the value of Social and Complementary Currencies (hereafter SCCs) within the framework of Social and Solidarity Economy (hereafter SSE), on top of studying the applicability of different techniques of marketing for their promotion. The following methodologies are used 1) literature review on the faults of the current monetary system, especially those ones which are related to the money creation as bank credit (debt), 2) definition on the nature of money and that of SCCs, in addition to studying the feasibility of some monetary proposals (demurrage, One-Month Money and 100% Reserve), 3) extensive description on different existing SSC experiences with the aim of extracting their common features 4) comparison among SSE's different goals and the found-out characteristics of SCCs and 5) elaboration of constructs in terms of the marketing of SCCs on the basis of the previous findings and realisation of questionnaires for members of three SCCs (La Turuta, La Xarxa XXIV and El Túmin).

This thesis contributes also to place SCCs onto theoretical frameworks. SSE-related goals are depicted as the basis to reorient the economy by making it serve for the humanity and it is confirmed that SCCs work for these goals while structural faults of the current money system are revealed which are the hurdle against achieving them. Different definitions in terms of money open a new horizon to conceive it in another way, skipping the already-proven faults which inherently harm the system in force. The use of SCCs is justified and their collateral, which varies from system to system, offers advantages and disadvantages due to their own nature. The relationship between SCCs' such characters, their SWOT and different concepts of marketing is also demonstrated.

The SSE is based on a series of principles for achieving a more humane and sustainable economy such as supremacy of people over capital, democratic management, cooperation and commitment to the surrounding community. On another hand, currently the common way to issue money is as bank credit, leading to different issues such as scarcity of liquidity, domination by the financial élite, financial exclusion, judicial illegitimacy, disproportionate growth in speculative market, pro-cyclical money creation, pressure for perpetual growth, short-termism, concentration of wealth and, ultimately, devaluation of social capital in the sense of Putnam et al. (1994). Money exists, however, only as changeable law or agreement, and SCCs demonstrate their social vocation and potential to satisfy needs which aren't being met by conventional money. They enable different problems to be solved: (i) money creation as bank credit by implementing SCCs to be created under other methods, and/or the proposal for a 100% reserve, (ii) exponential growth by introducing an interest-free currency (for this purpose demurrage

will be effective) and (iii) social capital by creating other means of exchange which are better designed for the purpose.

SCCs can be split into six categories, with their advantages and disadvantages: those backed with official currency (more acceptability but also more dependency on the official system); those backed with other goods and/or services (acceptability depends on the type of collateral, but at least they are free from the official currency); those requiring mutual trust (their usefulness depends on the range of goods and services offered by members); those which are given as bank credit (up to the size of the circuit which accepts such currencies); *fiat* schemes (they work as far as there are some who are willing to accept them); and those issued by public entities (potentially backed by taxation etc.).

SCCs have potential to overcome current problems with the monetary system, although efficiency varies greatly among initiatives. They form part of SSE, as well as promoting it, and have their own SWOT, for example: restricted acceptance (weakness and strength); prohibition by the government (threat); and hardship in the formal economy (opportunity).

The key is to market the "value", and in the case of SCCs it is about: the possibility of purchasing without official currency; to create another market with complementary transactions; to increase turnover; to improve access to financing and to achieve partial monetary self-management; and for all SSC users to be regarded as consumers who use this means of exchange only when they find it convenient. SCCs are also used to strengthen relationships with existing customers as well as to make new ones. Some SCCs adopt the strategy of social cause marketing. Social cause marketing shows similarities with popular education in Brazil, in the sense that it establishes a dialogue between SSC administrators and users.

Field studies involving participants from three different SCCs (La Turuta, La Xarxa XXIV and El Túmin) have concluded that economic localism and social cohesion are the most important values for SCC users, followed by the economic impact. The key to attracting more members are the provision of food and the existence of a shop to expose goods. The biggest hurdle preventing the spread of these initiatives is low awareness/popularity among the general public. There is therefore a need to develop more effective and efficient communication strategies for SCCs to improve visibility and understanding of their benefits.

Introducción

*"Dadme el control de
la moneda de un país y
no me importará
quién hace las leyes"*
(Mayer Amschel Rothschild)

Las monedas sociales y complementarias (MSCs) no son algo nuevo, y sus antecedentes más remotos pueden rastrearse en los propios orígenes de las propias monedas convencionales.

Recientemente se está asistiendo a una proliferación de iniciativas como respuesta a la sociedad ante situaciones de precariedad acentuadas con la crisis económica. Se trata, en su mayoría, de experiencias que surgen de la sociedad civil, en ocasiones con el apoyo de autoridades públicas locales o regionales especialmente sensibilizadas, que contienen altas dosis de espontaneidad y de entusiasmo, para lograr diferentes objetivos, tales como inclusión social de los marginados, fomento de la cohesión social, anclaje de la liquidez dentro de un ámbito geográfico o sectorialmente determinado, oferta de microcrédito a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) y estímulo al voluntariado, entre otros. Hay un denominador común en todas ellas es su vinculación con la denominada "economía social", con la que comparten principios, valores, objetivos y, sobre todo, la voluntad de dar una respuesta solidaria a los problemas de la gente corriente.

En este sentido, se ha hecho hincapié en movimientos alternativos que han surgido bajo el amplio paraguas de la "economía social", en los que el elemento humano predomina sobre el capital, y que han cimentado un substrato intelectual para estas iniciativas. Es difícil explicar la difusión de las experiencias de MSCs sin hacer mención al "Buen Vivir", el desarrollo sostenible y otros movimientos vinculados a la Economía Social y Solidaria (ESS), fuentes de inspiración que contribuyen significativamente en la concepción de estos medios intercambio. El propio carácter de estas iniciativas, alejado de cualquier dogmatismo o teoría sistematizada y surgido de necesidades sociales propias de cada circunstancia en las que se desenvuelven, dificulta un estudio en su conjunto.

A pesar de que éstas han nacido en distintos contextos socioeconómicos, todas comparten su naturaleza de ser un medio de intercambio utilizado para facilitar transacciones dentro de un circuito restringido de usuarios. La palabra

“complementarias” describe bien su característica, ya que surgen estas iniciativas cuando el sistema oficial enfrenta obstáculos difíciles de superar, aunque algunas prácticas nacen en contextos ajenos a la crisis. Esta tesis doctoral en economía social pretende interpretar estas experiencias dentro del marco teórico de la ESS y analizar la aplicabilidad de las técnicas del marketing para su promoción, haciendo hincapié en los conceptos de “valor” y “utilidad.” A fin de cuentas se trata de plantear las posibilidades de viabilidad de esta alternativa a partir de una serie de interrogantes: ¿En qué medida estas iniciativas pueden contribuir a salir de la exclusión social a los colectivos más azotados por las distorsiones que genera el dinero bancario y a consolidar una sociedad más resiliente?, ¿Qué abanico de opciones ofrece el heterogéneo mundo de las MSCs ante diferentes situaciones?, ¿A qué problemas se enfrenta la promoción y la implementación de estas monedas y en qué medida el marketing ofrece herramientas adecuadas para superarlos? Éstas son las principales preguntas que se realizan a lo largo de este trabajo.

Recientemente varios estudios han destacado los efectos negativos del sistema monetario actual sobre la calidad de vida de los ciudadanos e, incluso, sobre el propio medio ambiente, llevando a plantear la insostenibilidad del mismo (Douthwaite, 1999, Greco, 1990, Kennedy, 1998, Lietaer et al., 2012). Estas investigaciones se centran en la problemática de la creación monetaria a partir del crédito bancario, con tasas de interés compuesto que requieren un crecimiento perpetuo y exponencial simplemente para evitar el colapso del sistema, lo que tiende a estrangular a diferentes actores socioeconómicos, como individuos, empresas, el sector público y también varios protagonistas de economía social y solidaria, siempre y cuando tienen deudas a pagar.

El desarrollo de las MSCs ha venido acompañado por la publicación de numerosos libros, comunicaciones, artículos académicos y tesis doctorales a nivel mundial, sobre todo en idioma inglés (tales como: Gomez, 2009, Kennedy, 1998, Lietaer, 2001, Lietaer et al., 2012 y North, 2007), francés (tales como: Blanc, 2000, Blanc y Fare, 2010, Fare, 2012a, Rizzo, 2003, además de Magnen y Fourel, 2015 que se publicó como informe al 2015 al gobierno francés) y portugués (tales como: Equipe NESOL-USP, 2013 y Freire, 2011), pero es necesario admitir la carencia de estudios hechos en castellano y en el contexto español, salvo sobre los clubes de trueque que prosperaron hasta 2002 en Argentina donde han surgido diferentes estudios sobre este tema. La presente investigación, por lo tanto, tiene como misión rellenar el hueco académico que existe en las investigaciones de las MSCs y estimular estudios ulteriores.

Otro vacío que todavía persiste hoy en día es el posicionamiento de las MSCs dentro del marco teórico de la ESS. Aunque se intuye que ambas tienen cierta sintonía, faltan estudios académicos que podrían definir el papel de estos medios de intercambio para la promoción de una economía libre alejada de los parámetros marcados por los principios neoliberales. Este trabajo, por lo tanto, pretende también presentar el

horizonte que abre esta herramienta para fomentar e impulsar diferentes actividades económicas en pro de las personas y del medio ambiente.

El marketing, pese a su origen meramente mercantilista, ha ido cambiando su propia definición, incorporando nuevos elementos emergidos y haciendo cada vez más hincapié en el valor que se genera en las transacciones. Dicho de otro modo, se producen los intercambios cuando ambas partes ven una ventaja en obtener este valor que ofrece su contraparte, y es indispensable posicionar las transacciones en MSCs dentro de este paradigma para fijar cuáles valores se intercambian entre sus usuarios y su administrador. Sin embargo, no hay prácticamente ninguna investigación precedente en torno al marketing de MSCs a pesar de la existencia de un número impresionante de estudios académicos en torno a estos medios paralelos de intercambio, obstaculizando el desarrollo cuantitativo y cualitativo de esta innovación social.

Objetivos

Esta tesis tiene los siguientes objetivos generales:

- 1) Mostrar la potencialidad de las Monedas Sociales y Complementarias (MSCs) a la hora de corregir las deficiencias del sistema monetario "bancario" predominante en la actualidad.
- 2) Sistematizar el universo amplio y heterogéneo de las MSCs, mostrando no sólo su interés económico (en cierta medida vinculado a la economía monetaria) sino también sus aspectos.
- 3) Ubicar conceptualmente las MSCs dentro del ámbito de estudio de la Economía Social y Solidaria (ESS).
- 4) Identificar y relacionar teóricamente distintos conceptos en torno al marketing con el propio contexto de las MSCs.
- 5) Explorar las expectativas y las dificultades (proceso de creación de valor) a las que se enfrentan los principales stakeholders de estas iniciativas de MSC (los propios socios), a partir de un trabajo de campo en tres contextos culturales diferentes.

El primer objetivo sirve para justificar cómo el propio sistema monetario que tenemos actualmente (euro, dólar estadounidense, libra esterlina, yuan chino...) no está programado para funcionar de modo sostenible, independientemente del nivel de su gestión. La creación monetaria por la banca privada con fines lucrativos (a partir de la concesión de préstamos, sobre todo con la aplicación de las tasas de interés compuesto) genera una situación similar a las sillas musicales, un típico juego infantil, en que todo el mundo se ve obligado a coger una silla cuando se para la música, y por falta de sillas alguien tiene que perder el juego para que sobrevivan los demás. Además, las tasas de interés compuesto obligan un crecimiento cada vez mayor, contrario al de ser humano,

y huelga decir que es insostenible en un mundo finito como el nuestro. En esta Tesis Doctoral se procurará ofrecer argumentos teóricos que subrayen las deficiencias del sistema monetario actual, y cómo las MSC pueden resultar una herramienta transformadora que, al menos parcialmente, corrija esas deficiencias.

El segundo objetivo pretende repasar, de forma sintética y razonada, las principales experiencias de MSC que, a nivel global, podemos encontrarnos hoy en día. Esta revisión permitirá ofrecer una clasificación de estas iniciativas, y subrayar las ventajas y las desventajas de diferentes MSCs. Fruto de esta revisión, en esta Tesis Doctoral se propone clasificar diferentes MSCs existentes en cuatro categorías y seis subcategorías desde el punto de vista de la forma de emisión, es decir, en función de cómo se garantiza cada medio de intercambio. Este análisis no trata de determinar cuál forma es la mejor sino dar una pincelada sobre fortalezas y debilidades de cada tipo con el fin de que se elija el modelo más apropiado, del mismo modo que se elige entre diferentes medios de transporte de acuerdo con el tiempo estimado de viaje y coste, entre otros factores. Este análisis se complementa con el resultado de un análisis DAFO (5.3) para destacar oportunidades, amenazas, puntos fuertes y puntos débiles de estas iniciativas.

El tercer objetivo pretende esclarecer las relaciones entre esta herramienta y la ESS. Si bien se encuentran decenas de estudios ya publicados sobre MSCs que mencionan también la ESS, no está todavía claro cómo es el vínculo entre ambos. Se realizará un estudio para explorar sus perspectivas, reforzadas por distintas experiencias de estos medios de intercambio, a fin de a enlazar estos dos conceptos y definir el papel de las MSCs dentro del paradigma de la ESS.

El cuarto objetivo y el quinto señalan el papel del marketing en la implementación y también en la promoción de MSCs con el fin de captar el máximo número posible de usuarios. Según la definición actual de marketing por American Marketing Association, es fundamental considerar el valor que se ofrece a los stakeholders. Merece la pena subrayar, no obstante, que las MSCs suelen involucrar a diferentes stakeholders con sus propios intereses (comerciantes / prosumidores / asociaciones / sector público / sector bancario...), y es, por lo tanto, imprescindible elaborar bien el diseño de cada sistema de intercambio para que ofrezca valor a todos estos actores que se desea que participen.

Este último objetivo, que se construye sobre los demás objetivos, está diseñado para dar respuestas a las preguntas ya enunciadas: ¿En qué medida estas iniciativas pueden contribuir a salir de la exclusión social a los colectivos más azotados por las distorsiones que genera el dinero bancario y a consolidar una sociedad más resiliente?, ¿Qué abanico de opciones ofrece el heterogéneo mundo de las MSCs ante diferentes situaciones?, ¿A qué problemas se enfrenta la promoción y la implementación de estas monedas y en qué medida el marketing ofrece herramientas adecuadas para superarlos?

Metodologías

Para lograr los cinco objetivos que acaban de mencionarse, han sido empleado las siguientes metodologías que se presentarán a continuación.

La investigación realizada para el primer objetivo consiste en definir el dinero por sus funciones, como convenciones y como sistema informacional, en dar una pincelada a la historia de diferentes sistemas monetarios en base a diferentes literaturas disponibles con el fin de señalarlos e insinuar que otras reglas económicas de juego son posibles y también en averiguar su naturaleza desconocida como crédito, es decir deuda, sobre todo al desvelar que la mayoría de la masa monetaria está creada por la banca privada al conceder crédito. Siguen estadísticas para comprobar este hecho y efectos de la reserva fraccionaria y de su eliminación total en algunos países, antes de enumerar los problemas causados por esta característica del dinero. Se revisan y analizan los cinco fallos descritos en Lietaer et al. (2012), confirmándolos con distintas teorías y datos (Capítulo 2). En base a estos fallos, sigue el Capítulo 3 (3.1 y 3.2) para analizar cómo los defectos detectados podrán ser superados con la implementación de MSCs. Además, se hace hincapié en la oxidación, una técnica monetaria de penalizar el atesoramiento del dinero mediante el cobro a su portador de una pequeña tasa periódicamente, constatando sus efectos con diferentes datos. A este respecto también sirven las consideraciones en 3.5. en torno a la Reserva 100% que, pese a no ser una MSC, son relevantes también en la mejor comprensión de los efectos del sistema monetario.

Se dedica todo el Capítulo 4 para el segundo objetivo, con el fin de dibujar un escenario bastante comprensivo de las MSCs que existen en distintas partes del planeta. Estas iniciativas están clasificadas por el esquema de Wild (2011). La amplia gama de descripciones forma la base para su sistematización posterior, con el fin de inducir características de distintos modelos de estos medios de intercambio para identificar sus ventajas.

Se enumeran diferentes impactos de las MSCs a favor de la ESS en 5.2 para el tercer objetivo. Se inicia por señalar las coincidencias entre los principios de las MSCs y varios conceptos sobre la ESS señalados en el Capítulo 1, además de demostrar que funcionan algunas MSCs directamente para impulsar la ESS y posicionar estos medios de intercambio dentro del marco de diferentes conceptos del desarrollo sostenible.

Se dedica una parte importante de esta tesis para su cuarto objetivo, comenzando por la determinación del DAFO de las MSCs en 5.3 con el fin de especificar su propio valor. Se comparan diferentes definiciones respecto al concepto de valor para definir su naturaleza en el marco del marketing (6.1), se presentan diferentes técnicas del marketing (6.2 a 6.4) y se las sitúa dentro del contexto de las MSCs con el fin de elaborar constructos en torno al valor y a la utilidad.

Por último, se cumple el quinto objetivo mediante la realización de estudios de campo al pasar cuestionarios, elaborados en base a los constructos en 6.5, a los usuarios de tres MSCs distintas (La Turuta en Vilanova i La Geltru (Barcelona), Xarxa XXIV en diferentes partes de las provincias de Castellón y de Valencia y El Túmin en diferentes estados mexicanos), con el fin de recoger sus propias opiniones y compararlas con los constructos (Capítulo 7). Se analizan los resultados entre tres MSCs distintas para señalar factores importantes en el marketing de las MSCs.

Estructura de la tesis

Esta tesis doctoral se estructura en tres partes: La Primera Parte (Capítulos 1 a 3) se dedica a señalar los objetivos de la ESS, analizar los fallos del sistema monetario y estudiar cómo estos fallos pueden ser superados, además de examinar diferentes propuestas monetarias. La Segunda Parte (Capítulos 4 a 6) comienza por las descripciones de diferentes MSCs, clasificadas en seis subcategorías para mostrar características, ventajas y desventajas de cada grupo, seguidas por sus funciones para corregir los fallos sistémicos descritos en la Primera Parte, y se estudiarán también el DAFO de las MSCs antes de investigar detenidamente diferentes ramos de marketing. La Tercera Parte (Capítulo 7) tiene como meta averiguar si diferentes MSCs están logrando captar socios desde el punto de vista del marketing, mostrando el resultado de un trabajo de campo sobre tres iniciativas (dos en España y una en México).

La Primera Parte tiene tres capítulos:

El capítulo 1 empieza por describir conceptos claves para reconsiderar la razón de ser de la economía. Se señalan varias nociones acerca de la misma que difieren de la comprensión general de que la economía es sinónima a la generación de beneficios monetarios, cuestionando este dogma convencional y abriendo el camino para que haya otra economía en armonía con el ser humano y también con el medio ambiente. Estas aproximaciones deben ser consideradas más próximas a los auténticos objetivos de la actividad económica de la mayoría de los ciudadanos, en vez de lo que frecuentemente se está manifestando. En base a este panorama, se presentan los Siete Principios Cooperativos como directriz que rige todo el sector, seguidos por la descripción del papel de las asociaciones y la comparación entre la gestión de una empresa capitalista y la de una empresa autogestionada. Se realiza una comparación entre leyes vigentes de ESS en diferentes países para extraer los puntos comunes de esta economía y también se añaden otras definiciones adicionales como el desarrollo social, paz negativa / positiva y el Factor C.

El capítulo 2 comienza por presentar la naturaleza del dinero, ignorada por el público en general. Su redefinición como un acuerdo humano, que se remonta a Aristóteles, ofrece una visión inspiradora de que es posible crear otros tipos de dinero siempre y

cuando exista un consenso dentro de un colectivo, abriendo el camino para la implementación de diferentes MSCs. Se señala también cómo se ha desarrollado el sistema monetario a lo largo de la historia de la humanidad para dibujar cómo se ha alterado en base a la necesidad económica. Luego aborda a los seis fallos en el sistema monetario actual, en base a Lietaer et al. (2012). Se trata de *Creación monetaria como crédito bancario, o sea deuda, Tendencia procíclica de la creación y flujo monetario, Presión al crecimiento perpetuo y compulsivo con tasas de interés compuesto, Concentración de riqueza, Devaluación del capital social (cohesión social) y Cortoplacismo que descuenta el futuro*, y se dejan funcionar estos errores fatales en el propio diseño de las monedas oficiales, en contra de la construcción de un mundo sostenible y justo. Estos diagnósticos son un proceso imprescindible para la comprensión de los problemas a los que se enfrenta el diseño de nuevos sistemas más durables.

El capítulo 3 comienza por definir las MSCs y justificar su uso, seguido por las posibilidades de corregir los fallos detectados a lo largo del capítulo anterior. En esta línea, también se investigará la oxidación, una teoría monetaria propuesta por Silvio Gesell (1862 – 1930) y apreciada por Keynes en su obra maestra *Teoría general del empleo, el interés y el dinero* (1936), que consiste en cobrar pequeñas tasas de atesoramiento a los portadores de los billetes para impedir que se guarde este medio de intercambio y estabilizar su circulación fluida, además de bajar o hasta anular las tasas de interés que necesitan pagar los prestatarios, en comparación con otra propuesta de dinero mensual. Por último, se dedican algunas páginas a la investigación de la Reserva 100%, propuesta inicialmente en la década 1930 por Chicago Plan y defendido en las últimas décadas por diferentes actores, para ver la viabilidad de un sistema monetario no basado en el endeudamiento.

Se inicia la Segunda Parte con las descripciones de las MSCs a lo largo del capítulo 4, en base a la clasificación que las agrupa en seis subcategorías: respaldo con dinero oficial, respaldo con otros bienes y/o servicios, pago de impuestos, crédito mutuo, emisión como crédito y *fiat*. Se presentarán decenas de MSCs que existen en diferentes partes del mundo para extraer características comunes de diferentes monedas del mismo grupo, seguida por la comparación de diferentes modelos según diferentes criterios.

El capítulo 5 trata de ventajas, impactos positivos y el DAFO de las MSCs para determinar los valores que pueden ofrecer a diferentes *stakeholders*. En primer lugar, se muestra cómo las prácticas de estos medios de intercambio, bajo otras reglas de juego, pueden corregir los fallos del sistema monetario dominante, que ya han sido analizados en el Capítulo 2. Luego se presenta la correlación entre diferentes conceptos en 1.1 y la ESS, se define el posicionamiento de las MSCs dentro de la ESS, sus aportes a la ESS y otros objetivos socioeconómicos y ecológicos (desarrollo sostenible y justo, decrecimiento). Finalmente se realiza el análisis DAFO de las MSCs, comparándolo con el de las cooperativas de trabajo asociado.

El Capítulo 6 señala el panorama teórico en torno al marketing de MSCs. Comienza por presentar la definición del marketing y la del valor, aplicándolo en MSCs para determinar qué aspectos les interesan a sus potenciales usuarios, por ejemplo, creación de otro mercado, aumento de facturación, acceso a créditos en condiciones favorables y autogestión monetaria. Se hace hincapié también en averiguar el valor percibido por los "consumidores", o sea qué ventajas tienen las MSCs para sus potenciales usuarios (consumidores del servicio de las MSCs), y también sus inconvenientes. Se presentan, además otros conceptos importantes (marketing relacional, marketing de causa social y marketing social) para interpretarlos dentro del propio contexto de las MSCs. Asimismo, se demuestra la similitud entre el marketing social y la pedagogía popular, dos conceptos desarrollados y aplicados en diferentes ámbitos sociales.

El último Capítulo 7 se dedica a la presentación de los estudios de campo, realizados para socios de tres MSCs diferentes y son La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Catalunya), Xarxa XXIV (diferentes partes de la Comunitat Valenciana) y El Túmin (diferentes partes de México). Aunque cada iniciativa nació en su propio contexto particular y sus objetivos difieren en cierta medida, la comparación de actitudes entre diferentes MSCs muestra diferentes tendencias interesantes. Se ofrece una diagnosis detallada sobre los resultados, clasificados en diferentes categorías elaboradas en base a los constructos en 6.5, seguida por discusiones para extraer los factores reconocidos como valor por los socios de estas MSCs y otros elementos importantes para su éxito.

Primera Parte: la economía en servicio de la humanidad y diagnosis teórica del sistema monetario

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

*"La división internacional del trabajo
consiste en que unos países
se especializan en ganar y
otros en perder."
(Eduardo Galeano,
Las Venas Abiertas de
América Latina)*

La revisión de los acontecimientos que se han sucedido a lo largo de las últimas décadas permite apreciar un doble y peligroso alejamiento entre distintos niveles de la actividad económica. Por un lado, la desvinculación de la economía monetaria-financiera de la denominada economía real o productiva. Por otro, una cesura entre esta última y las auténticas necesidades humanas. Como respuesta a estas fracturas se plantea este primer capítulo en el que se analizan diferentes conceptos para formular la visión sobre el *modus operandi* de la economía. En este contexto se presenta la Economía Social y Solidaria (ESS) como gran paraguas de ideas y de acciones que trata de poner la economía al servicio de las personas y de su bienestar. Desde este punto de vista, las MSCs son un instrumento más de la ESS de la que forman parte, lo que será constatado más adelante en 5.2.

La palabra castellana "economía", definida como *administración eficaz y razonable de los bienes* en la versión actual (22ª edición) del Diccionario de la Lengua Española, proviene de la palabra griega "oikonomia (οικονομία)", compuesta por *oikos (οἶκος)* (casa) y *nemu (νέμω)* (administración) para significar *administración de casa*. Su equivalente en chino *jīngjì (經濟/经济)* proviene de una frase *jīngshìjìnmín (經世濟民/经世济民)* (gestionar el mundo para satisfacer el pueblo). Es destacable el hecho de que ni la noción griega ni la china se refiere a la maximización del lucro pecuniario sino a la gestión de recursos disponibles, lo que se debería tener en cuenta para reconsiderar la razón de ser de la economía.

No hay ninguna duda de que la economía es una actividad humana para servir al bienestar de la humanidad, pero las aproximaciones contemporáneas, que son predominantemente economicistas y limitadas al mero análisis de cifras, no tienen enfocadas en cifras, no tienen en cuenta, al menos prioritariamente, otros objetivos asimismo relevantes que no sean la mera búsqueda del lucro monetario. Estos objetivos incluyen la satisfacción de la necesidad humana, la mejora de las condiciones de vida y la construcción de un mundo justo y sostenible, entre otros. Es, por lo tanto, imprescindible reconsiderar la propia razón de ser de nuestra economía, sintonizándola con nuestros propios valores, para que nos sea posible vivir una vida digna y decente.

Este capítulo empieza por describir algunas ideas importantes que sirven para reformular la razón de ser de la economía. Se analiza la propia etimología de economía para resaltar su origen, seguida por otros conceptos que definen sus fines. Después se centra en el marco teórico de la ESS, un conjunto de actividades económicas que funcionan bajo una lógica distinta de aquella puramente mercantil. Esta familia incluye cooperativas, asociaciones, fundaciones, mutuas, banca ética, comercio justo y las propias MSCs, entre otros, y su desarrollo sostenible requiere una cohesión social.

Este capítulo es, por tanto, esencialmente descriptivo mostrando la razón de ser última de estas iniciativas. Su capacidad de superar los inconvenientes del actual sistema monetario-financiero y su plasmación práctica en función de las circunstancias de cada momento y lugar, se mostrarán a lo largo de los siguientes capítulos, sobre todo 5.2.

1.1. Definición de economía y de conceptos que ayudan a reorientar sus objetivos

1.1.1. Etimología de la palabra "economía" en el Occidente y en el Lejano Oriente

Es interesante iniciar esta tesis por reconsiderar algo que suele pasar inadvertido: el concepto de economía. La versión actual (22ª edición) del Diccionario de la Lengua Española define esta palabra castellana como "*administración eficaz y razonable de los bienes*" y, junto con palabras similares en diferentes idiomas occidentales (ej.: "*economy*" en inglés, "*économie*" en francés, "*Ökonomie*" en alemán y "*economia*" en catalán/valenciano, italiano y portugués), proviene de la palabra griega "*oikonomia* (οικονομία)", compuesta por "*oikos* (οἶκος)" (casa) y "*nemu* (νέμω)" (administración), por lo tanto significando "administración de casa". Aristóteles usa la palabra "*oikonomia*" en su obra Política para designar a la "*administración doméstica*" (intercambio recíproco de

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

bienes) y distinguirla de la “*adquisición de bienes*” (actividades en busca de lucro monetario).

Veamos cuál concepto está detrás de palabras equivalentes en lenguas del Lejano Oriente: la china “jīngjì (經濟 (tradicional) / 经济 (simplificado))¹”, la coreana “gyeongje (경제 / 經濟)”² y la japonesa “keizai (經濟)”³ provienen de una frase “jīngshìjīmín (經世濟民 / 经世济民)” (“gestionar el mundo para satisfacer el pueblo”) en Wenzhongzi, una obra clásica china en el siglo VII.

Lo curioso que demuestran estos estudios etimológicos es que ni la noción griega ni la china se refiere a la maximización del lucro pecuniario sino a la gestión de recursos disponibles. Es bien sabido que también se emplea el concepto de “*oikos*” para “*ecología*” (“lógica de la casa”), de ahí la vinculación con el manejo de los recursos naturales disponibles para cubrir las necesidades. La noción china, basada en valores confucianos que disciplinan la forma de ser de los líderes (ej.: monarcas y patriarcas), va más allá de la occidental, determinando que la administración debe ser orientada para que sus súbditos puedan vivir una vida con opulencia o, por lo menos, libre de escasez de bienes de primera necesidad.

Es muy importante resaltar que existen varios conceptos cercanos a este significado original de “economía”. A continuación, veremos los conceptos de “Buen Vivir” (Sumak Kawsay), Felicidad Nacional Bruta, Desarrollo Sostenible, Desarrollo Humano, Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y Economía del Bien Común.

¹ Actualmente existen dos ortografías en mandarín: la tradicional y la simplificada. La simplificada es oficial en la República Popular de China (salvo las Regiones Administrativas Especiales de Hong Kong y Macao), en Singapur y Malasia (países con un porcentaje significativo de ciudadanos de etnia china) mientras que la tradicional sigue vigente en la República de China (generalmente conocida como “Taiwán”) y las dos Regiones Administrativas ya mencionadas.

² Si bien históricamente Corea ha recibido una enorme influencia de la civilización, hoy en día no es común el uso de los caracteres chinos en ambas partes, sustituyéndolos con su propio alfabeto coreano denominado hangul (한글) en el Sur donde todavía se escriben los caracteres chinos en limitadas ocasiones y chosongul (조선글) en el Norte donde se abolió oficial y completamente su uso. Aquí se coloca la ortografía actual, seguida por los caracteres chinos que solían usarse antes.

³ Japón también simplificó los caracteres chinos, pero de una forma distinta a la de la República Popular de China.

1.1.2. Buen Vivir (Sumak Kawsay)

En los últimos años se ha destacado el concepto de "*Buen Vivir*", traducción al castellano del idioma quechua "*sumak kawsay*" que consiste en "*sumak*" (realización ideal y hermosa del planeta) y "*kawsay*" (vida). El artículo 275 de la Constitución Ecuatoriana determina que "*los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales... garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay*" para que "*las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza*", seguido por el 283 lo relaciona con la ESS como "*(e)l sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir*". Y el artículo 306 de la Constitución Boliviana estipula que "*la economía social y comunitaria complementará el interés individual con el vivir bien colectivo*", haciendo hincapié en la relación entre la economía social y el vivir bien (equivalente al Buen Vivir ecuatoriano). Coraggio (2011) define Buen Vivir como sigue:

una oportunidad para construir otra sociedad sustentada en la convivencia del ser humano en diversidad y armonía con la Naturaleza, a partir del reconocimiento de los diversos valores culturales existentes en cada país y en el mundo, en la medida que estos se sintonicen con estos principios fundamentales de la humanidad.

León (2014) explica que este concepto surgió "*al calor de los procesos constituyentes como síntesis nueva de visiones ancestrales y búsquedas contemporáneas, como noción que permite articular principios, experiencias y perspectivas para abrir un camino 'propio' y posible de alternativa al capitalismo neoliberal y al orden neocolonial*", destacando que no se trata sólo de la restauración del paradigma precolombino sino también del anhelo de nuestra época para conseguir una vida digna. Argumenta que el artículo 283 de la constitución ecuatoriana "*abre condiciones inéditas para recuperar, revalorizar, reinterpretar y poner en perspectiva prácticas y visiones económicas subalternas, que han persistido o han ido emergiendo*", destacando la pluralidad de los actores económicos y los papeles que juega el Estado para impulsar estas economías llevadas a cabo bajo otras lógicas que la del neoliberalismo. Ibid. (2008) condena la tendencia actual de considerar "*las corporaciones y empresas capitalistas como modelo ideal de unidad económica*", ya que desdeña otras formas de actividades económicas, incluso las de economía popular y solidaria.

Gudynas (2016) presenta otro punto de partida importante de que muchos indígenas en esos países andinos no poseen "*conceptos análogos al de desarrollo o progreso*", cuestionando el propio desarrollismo y definiendo que "*el Buen Vivir es tanto postsocialista como postcapitalista*", con aportes no sólo de sabidurías de los indígenas sino también de las occidentales e incorporando cosmovisiones no antropocéntricas que no se encajan en la Modernidad. Beling y Vanhulst (2016) menciona varios contextos, tanto los globales (preocupación por la sostenibilidad socio-ambiental, multiculturalismo, cuestionamiento al estilo occidental de vida, búsqueda a la alternativa al desarrollismo, desarrollo económico de algunos países emergentes con la intervención estatal y emergencia de movimientos sociales) como los regionales / locales (restauración de la democracia, construcción de la sociedad civil, indigenismo surgido a partir de 1992, emergencias de alternativas y de gobiernos izquierdistas, desconfianza en la clase política tradicional), como elementos que favorecieron la concepción de Buen Vivir, tales como "*(e)l control comunitario de las tierras y territorios*" (Ranta: 2016) que desafía la propiedad privada del Occidente.

1.1.3. Felicidad Nacional Bruta (FNB)

Un término similar al Buen Vivir sudamericano es la Felicidad Nacional Bruta, acuñado en la década 1970 por el entonces rey butanés Jigme Singye Wangchuck quien constituyó la Comisión de Planeamiento, organismo encargado de la elaboración de planes de desarrollo en base al concepto mencionado con aproximaciones holísticas de cuatro pilares: buena gobernanza, desarrollo socioeconómico sostenible, preservación cultural y conservación ambiental. En 2008 esta comisión cambió de denominación a la Comisión de FNB⁴ y realizó dos estudios (en 2008 y 2010) sobre los nueve dominios ("*bienestar psicológico*", "*salud*", "*educación*", "*cultura*", "*uso del tiempo*", "*buena gobernanza*", "*vitalidad de la comunidad*", "*diversidad y resiliencia ecológica*" y "*calidad de vida*"). El uso de estos indicadores es relevante, ya que muestra la dirección para la cual este país asiático debe estar gestionado.

1.1.4. Desarrollo Sostenible, Desarrollo Humano, Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

En el mundo académico de la economía, y sobre todo desde el estudio de la contabilidad nacional, se han ido estableciendo indicadores de la producción de un país, y del nivel de vida de sus ciudadanos. Tradicionalmente los economistas realizaban las comparaciones sobre la calidad de vida en base al indicador de Producto Nacional Bruto per cápita. Conscientes de que las mediciones de producción económica presentaban una información sesgada e incompleta para valorar el desarrollo humano y el progreso

⁴ <http://www.gnhc.gov.bt/> (en inglés)

social, desde el mundo académico se ha desarrollado una serie de índices que tratan de aproximarse a una correcta ponderación del bienestar.

A partir del intento pionero de medir el bienestar económico sostenible de Nordhaus y Tobin (1973), los organismos internacionales han tratado de concretar distintos indicadores. El más conocido es el Índice de Desarrollo Humano, publicado desde 1990 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que combina criterios económicos con otros elementos como la salud, la educación, la integración social o el medio ambiente. Más recientemente, Stiglitz et al. (2008) hacen hincapié tanto en el bienestar presente como en la sustentabilidad futura, destacando las condiciones ambientales o la huella ecológica.

Estas aproximaciones hacen referencia a otro concepto con más reconocimiento universal, como el desarrollo sostenible⁵, determinado como *"asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias"* (Naciones Unidas: 1987). Gallopín (2003) distingue entre la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, describiendo el primer concepto como un dinamismo equilibrado entre la entrada y la salida de materias, energía y elementos humanos y definiendo el segundo como un *"proceso cualitativo de concretización de potencialidades que puede o no entrañar crecimiento económico (incremento cuantitativo de la riqueza)"*, que se dedica *"no sólo a preservar y mantener la base ecológica del desarrollo y la habitabilidad, sino también a aumentar la capacidad social y ecológica de hacer frente al cambio"*. Jiménez Herrero (2000) señala tres dimensiones a considerar en cuanto a la sostenibilidad:

- a) **Dimensión ecológica:** *el mantenimiento de la estabilidad dinámica del ecosistema, global, garantizando la integridad de los sistemas (componentes e interacciones) que soportan la vida y las actividades humanas y propiciando, a la vez, la flexibilidad, resiliencia y adaptabilidad dinámica necesarias para afrontar los cambios ambientales (contaminación, destrucción de recursos, pérdida y biodiversidad, etc.).*
- b) **Dimensión económica:** *mantener el proceso de desarrollo económico por vías óptimas hacia a maximización del bienestar humano (presente y futuro), teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital total, en particular el capital natural.*
- c) **Dimensión social:** *mantenimiento de la cohesión y estabilidad social y cultural de los seres humanos (la paz, la equidad, la diversidad y el capital sociocultural).*

⁵ Un número destacado de investigadores consideran "desarrollo sostenible" como un oxímoron, por cuanto combinan dos términos que en la práctica se han mostrado como contradictorios (Robinson: 2004).

Además, vale la pena prestar atención al desarrollo humano, un concepto que va más allá de aquel mero desarrollo econométricamente demostrado. El ya citado Índice de Desarrollo Humano (IDH) permite evaluar la calidad de vida a partir de la esperanza de vida, a los años promedio de escolaridad, a los años esperados de escolaridad y al PIB per cápita. Todo ello significa que, además de impulsar el crecimiento económico, los gobiernos del mundo han de hacer esfuerzos en aumentar el bienestar a través de varias políticas públicas. Estas medidas incluyen, entre otras: medidas sanitarias, mejorar la situación nutritiva de la población, prestar mejores servicios médicos gratis o a tasa asequible para toda la población, aumentar la capacidad educativa y preparar la TIC necesaria para facilitar a los alumnos el acceso a la información.

Por último, es menester tratar de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), promulgados precisamente en el año 2000 para fijar el rumbo del desarrollo en los siguientes 15 años, basados en los siguientes ocho pilares: *"Erradicar la pobreza extrema y el hambre"*, *"Lograr la enseñanza primaria universal"*, *"Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer"*, *"Reducir la mortalidad infantil"*, *"Mejorar la salud materna"*, *"Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades"*, *"Garantizar el sustento del medio ambiente"* y *"Fomentar una asociación mundial para el desarrollo."* Todos los países miembros de las Naciones Unidas, además de varias instituciones internacionales, acordaron dedicarse a cumplir estas metas para producir diferentes avances. En septiembre de 2015 se organizó la Cumbre para el Desarrollo Sostenible donde se aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con los siguientes 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Naciones Unidas: 2015):

1. *Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo*
2. *Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible*
3. *Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*
4. *Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos*
5. *Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*
6. *Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos*
7. *Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos*
8. *Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos*
9. *Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación*
10. *Reducir la desigualdad en y entre los países*

11. *Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles*
12. *Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles*
13. *Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos**
14. *Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible*
15. *Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica*
16. *Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles*
17. *Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible*

Si bien muchas de ellas están orientadas para erradicar la miseria que lamentablemente abunda en buena parte del mundo, en especial en los países en vías de desarrollo, su enfoque sobre la pobreza, la salud, el género y la ecología es muy semejante al planteamiento del "Buen Vivir".

1.1.5. Economía del Bien Común

Otra corriente que no podemos desestimar es la "Economía del Bien Común" que toma en cuenta varios indicadores socioecológicos en la evaluación de actividades económicas, influyendo así sus propias metas. Felber (2012) comienza por apuntar la incongruencia entre los valores practicados en las relaciones humanas (tales como *"la confianza, la sinceridad, el aprecio, el respeto, escuchar a los demás, la empatía, la cooperación, la ayuda mutua y la voluntad de compartir"*) y los perseguidos en las actividades económicas (tales como *"el egoísmo, la codicia, la avaricia, la envidia, la falta de consideración y de responsabilidad"*), causando *"una desesperante contradicción"*. Como alternativa propone un sistema para *"recompensarse e incentivarse los valores humanos fundamentales que han permitido que la existencia humana y social tenga éxito en las relaciones económicas"*, con reglas de juego diferentes para que cada actor económico persiga la producción del bien común.

El punto común de todos estos conceptos (origen etimológico de la palabra *"economía"* en el Occidente y en el Lejano Oriente, Buen Vivir, FNB, Desarrollo Sostenible, Desarrollo Humano, Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, y Economía del Bien Común) es que el enfoque principal de las actividades económicas no es el crecimiento expresado en cifras (PIB per cápita) sino un manejo

apropiado de recursos disponibles (tanto naturales como humanos) para proveer la mejor calidad de vida posible a los habitantes.

A fin de cuentas, Felber (2012) promueve una reinención del capitalismo, a fin de hacerlo más inclusivo, para que contribuya a una sociedad más justa, equitativa, solidaria y democrática.

1.2. Definición de distintos conceptos en torno a la economía social y solidaria (ESS)

Hemos visto algunos conceptos que señalan el camino que la humanidad debería seguir a través de sus actividades económicas. El estudio etimológico nos hace recordar el origen de esta noción mientras que otras ideas nos orientan hacia metas más humanas y ecológicamente sostenibles. De aquí en adelante veremos cuáles son los principios de ESS a fin de clarificar diferentes conceptos.

1.2.1. Los Siete Principios Cooperativos

Lo que suele presentarse en primer lugar al definir la economía social son los Siete Principios Cooperativos, cuya versión vigente fue aprobada en la Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional en Mánchester el 23 de septiembre de 1995, y dicen así (ACI, 1995):

1. Adhesión Voluntaria y Abierta
2. Gestión Democrática por parte de los Socios
3. Participación Económica de los Socios
4. Autonomía e Independencia
5. Educación, Formación e Información
6. Cooperación entre Cooperativas
7. Interés por la Comunidad

El primer principio declara que nadie está obligado a participar y/o dejar de participar en las cooperativas mientras que éstas no rechazan a nadie siempre y cuando quiera participar en ellas. El segundo destaca el carácter imprescindible de la democracia en el gobierno de las cooperativas. Este principio está estrechamente relacionado con el tercero de participación económica, porque quien invierte puede opinar y tomar decisiones. El cuarto significa que las cooperativas son libres de intervenciones del sector público y/o de empresas mercantiles donde los propios socios son protagonistas en su gestión. El quinto señala la importancia de seguir capacitando los socios para que tengan conocimiento adecuado como trabajadores y/o consumidores. Y, por último, el sexto y el séptimo aplican los valores ya mencionados a su entorno, para que la solidaridad no

se quede dentro de cada cooperativa, sino que se extienda a otras cooperativas y también a las comunidades que la acoge.

1.2.2. Relevancia de las asociaciones

En cuanto a las asociaciones, otro protagonista de la economía social, Laville (2001) señala la relevancia de las asociaciones como *una reacción a las insuficiencias del Estado y del mercado* a proveer lo que necesita la ciudadanía, bajo los *principios de solidaridad a la obra y utilidad social* cuyo valor viene acentuándose desde la década 1960, y menciona *autonomía, libre cooperación, cuaterno* (combinación de la economía monetaria y de la no monetaria) y *subsidiario* como características del sector. Critica el mercado como *modo de distribución óptima de los recursos* y por *asimetrías de información*, y critica también al Estado por no conseguir recaudar suficientes impuestos para cubrir diferentes necesidades y por su centralismo. Destaca en las asociaciones la *solidaridad como principio de democratización de la sociedad que resulta de acciones colectivas, suponiendo una igualdad de derecho entre personas involucradas*, vinculado a los valores acuñados en la Revolución Francesa de *Libertad, Igualdad y Fraternidad*, frente al predominio de la caridad más propia de los países anglosajones. Distingue también entre el concepto anglosajón del sector no lucrativo, definido como *criterio de no redistribución*, que no supone la *exclusión de cooperativas y mutuas*, y el europeo continental de la economía social, determinado como *criterio de límite aportado a la apropiación privada de resultados: inclusión de cooperativas y mutuas*.

1.2.3. Cómo el cooperativismo puede superar los fallos del capitalismo

Un punto de vista importante es considerar el cooperativismo como alternativa a las empresas mercantiles y sus defectos. Polanyi (1944) señala el impacto de la economía capitalista sobre las relaciones humanas como *en vez de que la economía se encaje en las relaciones sociales, son las relaciones sociales que se encajan en la economía*, describiendo la Revolución Industrial como un proceso de mercantilización deshumanizadora del trabajo. Las necesidades de diversos bienes y servicios obligan a que los actores sociales se sometan a las reglas de juego de la economía, y como consecuencia los que disponen de los medios de producción gozan de privilegios sobre el resto de la población. Noguera (2009) define cuatro características que causan la injusticia del capitalismo:

- 1) Propiedad privada de los medios de producción, combinada con desposesión de dichos medios para (la gran mayoría de) los productores directos
- 2) Acumulación de capital
- 3) Mercado libre de compraventa de productos
- 4) Mercado libre de compraventa de fuerza de trabajo

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

Schweickart (1997) presenta empresas gestionadas por los propios obreros como la forma ideal de empresa, denominándolas como *Democracia Económica* y definiéndolas como *un socialismo de mercado gestionado por los trabajadores*. García Jané (2009a) resume sus características y ventajas como siguen:

Características

- Los medios de producción pertenecen a toda la sociedad
- Las empresas son gestionadas por los trabajadores
- La mayor parte de los bienes y servicios se intercambian en el mercado
- Los fondos de inversión son públicos y su uso está sujeto a control social

Ventajas

- Es más eficaz
- Es más libre
- Es más igualitario
- Otorga más soberanía al consumidor
- Es más ecológico
- No es imperialista
- Mejora las condiciones laborales
- Otorga más poder a las comunidades locales

El cooperativismo responde a los valores de libertad, democracia y autogestión. Hace hincapié en el papel del mercado como una función imprescindible para que las demandas de los consumidores sean satisfechas de forma eficiente por los propios productores sin la intervención del Estado, aunque el gobierno también tendrá sus propios fondos, compuestos por la recaudación de diferentes impuestos, con el fin de *corregir la anarquía del mercado generadora de paro estructural, desigualdad social y externalidades negativas*. Definición de ESS en diferentes leyes

1.2.4. Definición de ESS en diferentes leyes

Cinco países han aprobado su respectiva ley en relación a ESS. A continuación, se presentarán sus definiciones en orden de la aprobación de la ley.

España es el primer país en el mundo que desde 2011 tiene su propia ley de economía social (Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social). El artículo 2 de la misma define este sector como sigue:

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

(el) conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos.

El artículo 4 se refiere a los siguientes principios:

- a) Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
- b) Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
- c) Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
- d) Independencia respecto a los poderes públicos.

El segundo país a aprobar una ley similar en 2012 es México. Dicha ley se titula Ley de la Economía Social y Solidaria en que este sector está definido en el artículo 3 como sigue:

un sistema socioeconómico creado por organismos de propiedad social, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano, conformados y administrados en forma asociativa, para satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades donde se desarrollan.

Otro país latinoamericano con una legislación similar es Ecuador donde existe la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. El artículo 1 define esta economía como sigue:

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

(L)a forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Portugal también tiene su propia Ley de Bases de la Economía Social (Lei n.º 30/2013, de 8 de maio). Si bien dicha ley define ciertas formas jurídicas como actores de esta economía, el Artículo 5 presenta los siguientes siete principios:

- a) La primacía de las personas y de los objetivos sociales
- b) La adhesión y participación libre y voluntaria
- c) El control democrático de los respectivos órganos por sus miembros
- d) La conciliación entre el interés de los miembros, utilizadores o beneficiarios y el interés general
- e) El respeto por los valores de la solidaridad, de la igualdad y de la no discriminación, de la cohesión social, de la justicia y de la igualdad, de la transparencia, de la responsabilidad individual y social compartida y de la subsidiaridad
- f) La gestión autónoma e independiente de las autoridades públicas y de cualquier otra entidad exterior a la economía social
- g) La afectación de los excedentes a la prosecución de los fines de las entidades de la economía social de acuerdo con el interés general, sin perjuicio del respeto por la especificidad de la distribución de los excedentes, propia de la naturaleza y del sustrato de cada entidad de la economía social, constitucionalmente consagrada

Por último, Francia aprobó la Ley de Economía Social y Solidaria (LOI n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire) en 2014. El Artículo 1-I define el sector como sigue:

- 1° Un objetivo perseguido que no sea sólo la distribución de beneficios;
- 2° Una gobernanza democrática, definida y organizada por los estatutos, ofreciendo la información y la participación cuya expresión no está sólo relacionada con su aporte en capital o con el valor de su contribución financiera, de los asociados, de los asalariados y de los participantes a las realizaciones de la empresa;
- 3° Una gestión conforme a los siguientes principios:

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

- a) Se dedica la mayoría de los beneficios al objetivo del mantenimiento o del desarrollo de la actividad de la empresa;
- b) Las reservas obligatorias constituidas, no compartibles, no pueden ser distribuidas.

Si bien cada ley está basada en la propia realidad socioeconómica del país, se puede señalar algunos elementos en común:

- **Supremacía del ser humano sobre el capital:** se respetan los derechos y el bienestar de los trabajadores mientras que la obtención de lucro un medio más que un fin.
- **Gestión democrática** (en las tres leyes europeas): El principio de una persona un voto, en vez de una acción un voto que es la lógica de las empresas mercantiles. Cf.: El Segundo Principio Cooperativo.
- **Solidaridad interna y externa** (salvo la ley francesa): se requiere tomar acciones solidarias no sólo entre los socios de la misma entidad sino al exterior también. Cf.: el Sexto y el Séptimo Principios Cooperativos.

1.2.5. Otras definiciones de la economía solidaria

Laville (2009a y 2009b) realiza una definición inductiva de economía solidaria, que parte de la descripción de distintas prácticas (autogestión, empresas recuperadas, economía popular en Latinoamérica, servicios de proximidad, comercio justo, microfinanza y moneda social), y presenta sus dos dimensiones (la sociopolítica de reivindicación de la justicia social y la socioeconómica de impulsar la solidaridad igualitaria y recíproca). Destaca el papel de monedas sociales porque no pretenden *democratizar el acceso a la moneda oficial*, lo que sí ocurre en el caso de la banca ética, sino crean *dinero que escapaba a los monopolios estatales*. Clasifica los comportamientos económicos en cuatro categorías, es decir: *administración doméstica* (autosuficiencia dentro del hogar o de un pueblo), *reciprocidad* (intercambio simétrico de oferta y demanda entre dos actores), *redistribución* (reparto de una porción de producción a los menos favorecidos a través del mecanismo centralista como el Estado) y *mercado* (institución donde se ofrecen diferentes tipos de bienes y servicios a cambio del dinero), argumentando que los primeros tres elementos eran predominantes antes de la Revolución Industrial. Y finalmente señala las dos características de las nuevas entidades obreras como *agrupación voluntaria* y *acción colectiva*.

Gaiger (2004) menciona los cuatro elementos de economía solidaria en Brasil:

- I. Carácter colectivo (posesión de los medios de producción, trabajo y gestión del emprendimiento)

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

- II. Creación de varias mediaciones y representaciones (uniones asociativas, federaciones cooperativas, redes de intercambio y organizaciones de fomento)
- III. Cumplimiento de múltiples funciones (salud, educación, defensa de grupos minoritarios, preservación ambiental, etc.) para el interés común.
- IV. Alineación al fenómeno más amplio de la economía alternativa

Asimismo, Santana (2009) señala cinco valores promovidos por la economía solidaria a partir de la Memoria de los Talleres de la Red Mexicana de Economía Solidaria:

- i. La participación de la sociedad civil como protagonista de las acciones
- ii. El establecimiento de relaciones igualitarias entre géneros, clases sociales y pueblos
- iii. El respeto a la diversidad biológica, cultural, religiosa, política, étnica
- iv. La revaloración de las capacidades creativas y laborales de todo ser humano
- v. La satisfacción de sus necesidades básicas y sus aspiraciones sociales, estéticas, recreativas y espirituales

Primavera (2015a), tras conocer distintas experiencias de economía solidaria en diferentes continentes, argumenta que *la expansión de mecanismos de contabilidad y toma de decisión colectiva y democrática, promueve el desarrollo local, y refuerza el poder de la acción colectiva*, resumiéndolas como sigue:

millones de iniciativas muy diversas, que comparten la idea de poner la labor y no el capital en el centro de la economía, el hombre y no el beneficio en el proceso de desarrollo, el hombre siempre comprendido como económico y social a la vez.

1.2.6. Desarrollo social, paz negativa / positiva y Factor C

Razeto (2002), en su propuesta de Economía Solidaria como proyecto superador de la pobreza, presenta las siguientes cinco constataciones:

- La marginalidad por defecto de integración a la pobreza por exclusión activa
- La segregación de los pobres y la segregación de la sociedad
- La pobreza como potencial político a la pobreza como debilidad y carencias
- La pobreza como amenaza a la seguridad y al medio ambiente
- La activación económica de los pobres y la economía popular

De ahí, se refiere a las siguiente 14 tesis sobre el desarrollo social, muy vinculado con la economía solidaria:

- El desarrollo social no tiene que ver con las cosas sino con las personas
- El desarrollo social no consiste en la movilidad ascendente de algunas personas o familias aisladas, sino que es un proceso comunitario en que participan grandes grupos humanos
- El desarrollo social supone la organización, la solidaridad y el esfuerzo activo de los mismos grupos y comunidades que lo experimentan
- El desarrollo social es un proceso a la vez económico, político y cultural
- No se puede esperar del funcionamiento automático del mercado la solución de la pobreza ni el desarrollo social
- La superación de la pobreza y el desarrollo social no se pueden esperar tampoco de la sola acción del Estado
- La superación de la pobreza y el desarrollo social son responsabilidad de toda la sociedad
- Agente principal del desarrollo social y de la superación de la pobreza son las propias comunidades y grupos pobres afectados
- El desarrollo social implica transferencias y donaciones, las que sin embargo deben respetar y favorecer la autonomía de los grupos beneficiarios
- Elementos centrales del desarrollo social son la educación popular y la economía popular, estrechamente relacionadas
- La dimensión territorial de la pobreza urbana plantea la dimensión de lo local como esencial al desarrollo social
- El desarrollo social es un proceso lento, que puede ser acelerado mediante proyectos y programas de largo plazo
- La superación de la pobreza y el desarrollo social son incompatibles con los actuales procesos y modelos de desarrollo económico. Ellos plantean la urgente necesidad de un desarrollo alternativo
- La superación de la pobreza y el desarrollo social se conectan indisolublemente a procesos globales de transformación y democratización económica y política

En cuanto a las 14 tesis, el desarrollo social es humanista, comunitario, organizativo, económico, político y social que proviene de toda la sociedad sin depender ni del mercado ni del Estado. Los protagonistas son los más afectados de la pobreza y gozan de la soberanía en el proceso. Los elementos claves del desarrollo social son educación popular, la economía popular y la dimensión territorial. Este desarrollo es lento, no se

Capítulo 1: definición teórica en torno a la economía social y solidaria (ESS)

puede combinar con el proceso predominante de desarrollo económico, pero forma parte de la transformación global hacia la democracia económica y política.

Galtung (1969) presenta el concepto de *violencia estructural* para referirse a aquellos casos con muertos y/o heridos en los que no aparece nadie específico como actor de la barbarie, sino que surgen como fruto del poder y oportunidades desiguales de vida. Distingue entre *paz negativa* (ausencia de violencia personal) y *paz positiva* (ausencia de violencia estructural) y denomina la última como *justicia social*, entendida como *distribución igualitaria de poder y recursos*, relacionando el tema de conflictos (guerras, guerras civiles, insurrecciones...) con la importancia del desarrollo económico y la distribución justa de la riqueza. La dicotomía de Galtung es parecida a Gesell (1916) que explica que la paz doméstica es un requisito para la paz internacional.

Un elemento importante para el éxito de la economía solidaria es lo que se denomina como "Factor C" y a continuación se demuestran dos definiciones.

- un elemento de integración y cohesión que se manifiesta en la colaboración y cooperación voluntaria entre las personas integrantes de la empresa que hace posible y facilita su acción conjunta (Razeto, 1991)
- el hecho que la cooperación, el compañerismo, la comunidad y la solidaridad presentes en las empresas, incrementan su productividad global por efecto de la colaboración en el trabajo, del intercambio fluido de informaciones y conocimientos, de la adopción participativa de las decisiones, del compromiso con la empresa que determina la pertenencia a una comunidad de trabajo que se siente como propia, etc. (ibid., 1993)

Este concepto suele englobar distintas palabras que comienzan con C (Cohesión, Compañerismo, Colaboración, Cooperación, Conjunto, Comunidad, Compromiso etc.), pues éstas simbolizan los elementos necesarios para el arranque, el crecimiento y el mantenimiento de empresas solidarias.

Capítulo 2: los sistemas monetarios y sus fallos estructurales

*“El socialismo colapsó porque
no dejó que el mercado
dijese la verdad económica.
Quizá colapsa el capitalismo porque
no deja que el mercado
diga la verdad ecológica”*
(Øystein Dahle,
Ex-vicepresidente de
Exxon Noruega y
el Mar del Norte)

El capítulo 1 ha mostrado diferentes conceptos importantes y los objetivos de la ESS, que se necesita tener en cuenta, para orientar nuestras actividades económicas hacia el desarrollo humano sostenible. Se sabe poco, sin embargo, sobre el hecho de que el propio sistema monetario vigente presenta determinados fallos que incentivan comportamientos a menudo contrarios a dicho fin, lo que está estrechamente relacionado con la propia creación monetaria como crédito bancario.

Desde el fin de Bretton Woods, anunciado por el presidente estadounidense Richard Nixon el 15 de agosto de 1971, circulan las monedas oficiales del mundo sin ningún respaldo tangible. Si bien han existido diferentes formas de emitir dinero a lo largo de la historia de la humanidad, la más predominante en la actualidad es la concesión de crédito bancario como actividad lucrativa de las instituciones financieras, lo que plantea diferentes inconvenientes.

Este capítulo comienza describiendo las teorías crediticias de dinero para constatar que son los bancos que emiten nuestro medio de intercambio vigente al prestarlo a diferentes actores económicos. En primer lugar, se explica que la mayoría del dinero se crea como crédito por la banca privada, en vez del banco central, mientras que esta moneda se retira de circulación cuando los prestatarios cumplen sus obligaciones financieras. Se presentan algunos problemas intrínsecos, tales como la imposibilidad de cancelar toda la deuda simplemente por el hecho de que existe siempre más deuda que masa monetaria, la dominación por la élite financiera (mostrando monedas (pos)colonialistas en África), la exclusión financiera que sufre un porcentaje importante de la población por carecer de cuentas bancarias, la ilegitimidad jurídica y el desarrollo

desmesurado del mercado especulativo en comparación con la economía real. Por último, se enfoca el tema de la usura (tasas de interés), históricamente prohibida por diferentes religiones, para demostrar cuestionamientos a esta práctica que hubo en el pasado.

Es un error muy común asociar la palabra "sostenibilidad" exclusivamente al ámbito del ecosistema y estudiar este tema meramente desde el punto de vista de la gestión, la preservación y/o la recuperación de los recursos naturales y/o del medio ambiente. Este capítulo se dedica también a examinar las cinco características mencionadas por Lietaer et al. (2012), denominadas *tendencia procíclica de la creación monetaria*, *cortoplacismo*, *presión compulsiva al crecimiento*, *concentración implacable de la riqueza* y *devaluación del capital social*, para comprobar que lamentablemente el propio diseño actual de nuestro sistema monetario es insostenible y que causa inevitablemente crisis económicas. Merece la pena subrayar que todos los fallos mencionados son consecuencia de que en la actualidad el dinero está inyectado en la economía como crédito bancario, lo que pone de relieve la necesidad de impulsar una reforma estructural si queremos lograr el desarrollo sostenible.

El orden de los fallos a estudiar aquí, no obstante, difiere del de Lietaer et al. (2012). En primer lugar, se analiza la tendencia procíclica de la creación monetaria, un tema estrechamente relacionado con el defecto ya descrito, para señalar el riesgo de que muy frecuentemente existe un exceso o una escasez de la masa monetaria, controlada por los intereses de las instituciones financieras. Tocaremos también el tema del crecimiento perpetuo y exponencial (una imposibilidad absoluta dentro de cualquier ecosistema con recursos naturales limitados), la concentración de la riqueza, en especial el aumento de la disparidad económica entre diferentes clases sociales, la devastación del capital social (no en el sentido del capital aportado por los socios sino en la terminología de Putnam et al., 1994) y el cortoplacismo (otra cara de la presión al crecimiento perpetuo y exponencial), para demostrar que nuestro sistema monetario, en vez de servir al bienestar de la humanidad, lo está perjudicando.

Esta investigación sirve, asimismo, para dar una pincelada sobre los impactos de estos diseños inapropiados a las prácticas de las ESS: este capítulo finaliza con la descripción de las consecuencias no deseables a las ESS, para destacar una vez más la cruel realidad de que urge cuestionar cómo es nuestro dinero en la actualidad.

2.1. Definición del dinero y su evolución

2.1.1. Definiciones del dinero

Es importante comenzar este capítulo por definir qué es el dinero antes de determinar sus propias características que analizaremos a lo largo de este capítulo.

- Definición por sus funciones

La definición más reconocida del dinero está enfocada en sus funciones. Jevons (1875) señala las cuatro funciones del dinero.

- 1) **Un medio de intercambio**
- 2) **Una medida común de valor**
- 3) **Un estándar de valor**
- 4) **Un almacenamiento del valor**

La primera función permite que el dinero sirva para adquirir cualquier producto y/o servicio ofrecido en la economía de mercado utilizando este medio reconocido por toda la sociedad y facilitando, así, la división del trabajo que aumenta la productividad de toda la economía. Los productores ofrecen sus excedentes por este medio de intercambio para obtener otros bienes y/o servicios no producidos por sí mismo (Smith, 1776). Históricamente diferentes bienes (conchas, sal, tabaco, oro, plata...) jugaron este papel para que los vendedores los aceptasen por el valor económico intrínseco, pero hoy en día ni las monedas ni los billetes ni los saldos positivos en las cuentas bancarias tienen valor *per se*. Mankiw (2012) resume la ventaja del dinero como medio de intercambio en estas palabras:

Una economía que se basa en el trueque tendrá problemas para asignar en forma eficiente sus recursos escasos. En una economía así, se dice que el comercio requiere la doble coincidencia de necesidades, la improbable ocurrencia de que dos personas tengan un bien o un servicio que la otra necesita. La existencia del dinero facilita el comercio.

La segunda función y la tercera son parecidas, pero Jevons (1875) distingue entre la medida de valor, que permite cuantificar el valor económico de cada producto y/o servicio y el estándar de valor, que pone condiciones para la cancelación de la deuda (y se usa el dinero como herramienta para este medio: véase 2.2.1). Barker (1913) argumenta que, en un trueque directo, la falta de la medida de valor complicaría la comparación de precios entre diferentes productos. Polanyi (1977) señala una visión

similar por separar entre *estándar de valor* (similar a *una medida común de valor* de Jevons) y *medio de pago* (similar a *un estándar de valor* de Jevons, pero que incluye el pago de impuestos, multas y/u otras tasas que cobra el Estado). Desde el punto de vista del pagador, sin embargo, tanto el precio como la deuda significa el valor monetario a pagar, y posteriormente ambas funciones suelen ser integradas en una sola (cf. Sardoni, 2015).

La última función sirve para transferir el uso del dinero al futuro cuando no se necesita a corto plazo. La relevancia de esta función varía de país en país y también de época en época, porque en una economía deflacionaria este atesoramiento garantiza el acceso a una mayor cantidad de bienes y servicios en el futuro mientras que la hiperinflación aniquila esta posibilidad, obligando a que los portadores del dinero lo gasten cuanto antes para no perder el valor. Huber (2017) presenta una variante (función de capital, vehículo para la formación del capital), tratándolo como algo dinámico que crece con propias actividades económicas.

Sin embargo, la combinación de diferentes funciones en el mismo instrumento (dinero) causa algunos inconvenientes, sobre todo entre la del medio de intercambio y la del almacenamiento. Jevons (1875) se limita a señalar la posibilidad de separarlas para que diferentes bienes tengan distintas funciones, pero Gesell (1916) era más audaz y reivindicaba *una separación completa y efectiva entre los medios de cambio y los de ahorro*, porque el uso de dinero para guardar la riqueza significa atesorarla y retirarla de la circulación, resultando en la reducción de la liquidez en el mercado. Las tasas de oxidación (véase 3.3) que se les cobra periódicamente a los portadores de esta herramienta impedirán su retención, asegurando su flujo sin freno a lo largo y ancho de una economía. Fantacci (2006) también propone la separación entre las últimas dos funciones de Polanyi, o sea:

el valor de la moneda debe ser suficientemente estable para permitirle cumplir adecuadamente la función del medio de intercambio, pero no al punto de permitirle ser acumulada como reserva de valor.

Es también importante destacar las consecuencias de estas funciones del dinero. Zelizer (2011) resume en los siguientes cinco puntos las diferentes reflexiones sobre el dinero, como las de Max Weber, Simmel, Marx y Shumpeter, entre otros:

- 1) El dinero, imprescindible para la economía de mercado, tiene funciones y características estrictamente económicos.

- 2) Se considera idéntica cualquier forma de dinero.
- 3) Existe una dicotomía entre el dinero y los demás valores (bienes, servicios...).
- 4) El dinero mercantiliza la sociedad de una forma inevitable.
- 5) El dinero transforma los valores no pecuniarios, aunque pocas veces está acompañado de valores y relaciones sociales.

- **Definiciones como convenciones (ley, acuerdo, consenso)**

A pesar de ser menos conocida que la anterior, esta definición se remonta a épocas mucho más lejanas que el nacimiento de la economía moderna. Aristóteles aclaró que el dinero *no existe por naturaleza sino por ley (Ética nicomáquea)*, ya que tiene en cuenta la arbitrariedad de la selección de este medio de intercambio. La Antigua Grecia tenía ya un antecedente, pues Licurgo, político espartano, *quitó todas las monedas de oro y de plata de la circulación y mandó el uso exclusivo de la moneda de hierro* (Plutarco *Vidas Paralelas*, volumen 1). Esta moneda, carente del valor intrínseco, funcionó bien para la economía interna hasta alrededor del año 415 a.C. cuando esta ciudad helénica inició sus conquistas militares y comenzó a necesitar monedas de aceptación universal (Zarlenga, 2002).

Otra definición interesante es la de Soddy (1934) de *la NADA que uno obtiene por ALGO antes de poder obtener CUALQUIER COSA*. En consecuencia, el dinero en sí no tiene ningún valor intrínseco sino el de intercambio que permite al portador obtener lo que quiera (evidentemente suponiendo que el valor de este bien o servicio no supere el del dinero). Es obvio que existieron distintos tipos de dinero que en sí contenían valores económicos, sobre todo dinero metálico al pie de la letra, pero a la vez siempre ha sido verdad que se considera el medio de intercambio no como fin en sí sino algo intermedio antes de que su portador obtenga bienes o servicios que necesite.

Lietaer (2001) sofisticó este paradigma de Aristóteles al explicar el dinero como *el acuerdo dentro de una comunidad a usar algo como medio de intercambio*, agregando el aspecto de *acuerdo* (ley) y teniendo en cuenta la arbitrariedad de la selección de este medio de intercambio. Imaginemos la relación económica entre un panadero, un zapatero y un peluquero. Al suponer que todos ellos viven en España, ellos usaban la peseta como medio de intercambio hasta 2001 y después pasaron a usar el euro, debido al cambio del acuerdo vigente en dicho país. Si los tres deciden emigrar a Londres juntos y siguen intercambiando productos y servicios entre ellos allí, obviamente la moneda para este fin pasa a ser la libra esterlina, no porque ésta sea mejor que el euro sino porque es el dinero de curso legal en Reino Unido donde los tres actores económicos tienen su residencia.

Jones (2011b), tras revisar varias consideraciones sobre la moneda, la define como *cualquier medio transferible o gastable (billetes físicos o basado en crédito) que sea aceptado por tercera parte por bienes o servicios, con tal de que sea parte de instituciones sociales complejas (no sólo las económicas) dotadas con el significado directamente relacionado con las funciones que deben realizar las monedas*, con la implicación de los *stakeholders* en su gobernanza. Se trata de un medio de intercambio cuya existencia física no es necesaria, pero su funcionamiento está estrechamente vinculado con todo el sistema socioeconómico y político. Se destaca esta definición pues hace hincapié en la característica de la moneda como *instituciones sociales* que debería ser sometido al control ciudadano y, a pesar de que hoy en día el sistema monetario no está regido por este principio (véase el Capítulo 2), este raciocinio podría justificar la reforma monetaria propuesta en 3.5. De ahí que es relevante la denominación *moneda ciudadana* usada en SOL-Violette en Toulouse (Francia). Merece la pena añadir la *relación social* (Ingham, 1996), un concepto relacionado a las *instituciones sociales* para explicar la relación entre el prestamista y el prestatario y entre el empleador y el empleado.

Soddy (1934) señala una característica importante del dinero con las siguientes palabras:

(R)clamación legal a la riqueza sobre y más allá de la riqueza existente, todo lo que en una sociedad individualista está ya en la posesión de otros independientemente de esta reclamación.

Se puede considerar esta definición como otra cara de la indicación de los billetes del dólar estadounidense, puesto que ambas resaltan el aspecto legal del dinero. Mientras que la primera se enfoca en el derecho del portador a otros bienes y/o servicios y la segunda trata de su obligación de cancelar la deuda, las dos garantizan la validez jurídica del dinero.

Por último, Simmel (1978) define el dinero desde el punto de vista del valor como *la encarnación y la expresión más pura del concepto del valor económico y la manifestación autónoma de la relación de intercambio*. En otras palabras, el hecho de que se acepta el dinero como medio de intercambio está basado en un conjunto de la estructura económica que respalda su valor, lo que confirma la naturaleza de dinero como convención.

- **Definiciones como sistema informacional**

Chaloux y Grau (2000) plantean otra definición interesante del dinero. Partiendo del hecho de que el valor de la moneda son *puras convenciones formales, carentes del*

contenido concreto, critican el *modus operandi* de la moneda actual por su *dinamicidad* (facilita intercambios sin documentarlos), *uniformidad* (no especifican qué, cuándo y cómo se intercambió) y *anonimato* (no especifican quiénes realizaron la compraventa) y proponen su propia reforma monetaria mediante la puesta en marcha de la *moneda telemática* con detalle de cada transacción (vendedor, comprador, cantidad, calidad y valor del producto / servicio vendido), enumerando sus ventajas como *estática* (sirve para documentar una sola transacción), *diversificada* (especifica cada transacción) y *personalizada* (se sabe quiénes son las ambas partes de la transacción).

Greco (2001) analiza la naturaleza del dinero, como *un sistema informacional que usamos para desplegar esfuerzos humanos* enunciada por Michael Linton (fundador de LETS (4.4.1)), llegando a la conclusión de que *es un sistema de contabilidad*, independientemente de la existencia del respaldo de valor, o sea no es relevante si son cigarrillos, monedas de oro, billetes o meros bytes en un ordenador, porque es algo que da al portador el derecho a recibir una cierta cantidad de bienes y/o servicios.

2.1.2. Desarrollo del sistema monetario en la historia humana

Hemos visto que existen definiciones del dinero por funciones, como convenciones y como sistema informacional. Veremos brevemente cómo nuestro sistema monetario ha evolucionado a lo largo de la historia para extraer hechos significativos para el uso de MSCs.

Zarlenga (2002) presenta tres hipótesis del origen de dinero:

- **Origen comercial:** Para facilitar intercambios y superar la dificultad del trueque directo.
- **Origen social:** Para pagar en ceremonias sociales.
- **Origen religioso:** Sacrificio a seres sobrenaturales y pago a los sacerdotes.

Si bien la primera definición está estrechamente relacionada con la función de intercambio, la segunda y la tercera están más cercanas al aspecto contributivo del dinero, o lo que Jevons (1875) y Polanyi (1977) denominaron como *estándar de valor* y *medio de pago*, respectivamente. De hecho, los primeros medios de intercambio ya cumplían estas tres funciones. Supongamos que le pasaría a un general con una hija que está a punto de casarse. Si no hubiera ningún medio de intercambio, le sería más difícil pagar la dote en otro medio de intercambio, ya que su oferta (servicio militar) no serviría nada para mejorar el bienestar del yerno y de sus familiares. Pero es gracias a este medio de intercambio que este militar puede convertir sus servicios profesionales en algo universalmente aceptado, pagando su deuda a la familia del yerno y también a los religiosos. De hecho, los templos helénicos acumulaban de metales preciosos, jugando también el papel del banco.

Greco (2009) plantea otro punto de vista relevante en cuanto a la naturaleza del dinero a lo largo de su evolución histórica:

1. **Trueque directo:** no existía ningún medio de intercambio y facilitaba la división de trabajo mediante el intercambio directo de los productos excedentes.
2. **Dinero de mercancía:** se usaban, como dinero, diferentes materias primas que tenían valor económico también por su propiedad física, tales como sal, metales en bruto u otros objetos. Mientras que algunos productos desaparecen con el consumo (sal, cacao o tabaco), los metales preciosos eran los medios más preferidos de dinero, ya que no se perdía su peso al transformarlos en diferentes productos (platos, anillos, cubierta...).
3. **Dinero simbólico:** recibo de productos depositados, tales como monedas reembolsables en trigo en Egipto Antiguo (Lietaer y Belgin, 2012), billetes convertibles en la época de patrón oro y monedas *fiat*.
4. **Dinero crediticio:** dinero bancario concedido temporalmente al prestatario con tal de no sólo devolver el principal sino también pagar las tasas de interés compuesto.
5. **Sistema de compensación de crédito:** un mecanismo similar al LETS (véase 4.4.1) y barter comercial (véase 4.4.3).

Si bien este esquema es incompleto porque carece de monedas *fiat* (véase 4.6), que han existido en diferentes épocas. En 4.8 se realizará una comparación entre estas cinco etapas y diferentes modelos de MSCs.

Si bien tradicionalmente se usaba ganado como medio de intercambio, empezaron a utilizarse diferentes metales en la segunda mitad del segundo milenio a.C. por la conveniencia en su durabilidad y transporte. Curiosamente en diferentes civilizaciones (Atenas, Bactria, India, Lidia, Macedonia y Persia, entre otros) existía una cotización universal por la que un toro equivalía a unos 130 gramos de oro (Zarlenga, 2002). Las primeras monedas conocidas eran de "electro", una mezcla de oro y plata, y fueron acuñadas en Lidia (hoy en día en Turquía) en el siglo VII a.C. (Wallace, 1987), *la primera nación que introdujo el uso de monedas de oro y plata* (Heródoto, "Historias"), aunque Mundell (2002) insinúa la posibilidad de que se habían acuñado ya monedas de otros metales. La "marca oficial" en la acuñación de monedas facilitó la transacción, ya que aseguraba el contenido en metal que los comerciantes recibían con estos medios de intercambio. Mundell (2002) señala que en un siglo llegó este sistema monetario a diferentes áreas, desde el Mar Negro hasta España.

Lo importante es que la primera moneda de Lidia ya tenía el carácter de *fiat* porque su valor nominal era muy superior al de su materia, generándoles señoreaje a sus emisores. Mundell (2002) explica que las ciudades-estado necesitaron su propio

monopolio en la acuñación para garantizar su señoreaje. Otro medio de intercambio relevante en esta época eran los recibos de trigo que se usaban para las transacciones internas en Egipto, lo que trajo la prosperidad económica y duradera a los habitantes de El Nilo, ya que su devaluación paulatina impulsaba su circulación permanente (Lietaer y Belgin, 2012. Véase 3.3).

Zarlenga (2002) atribuye la prosperidad de Roma a la adopción de bronce como material para la moneda, porque la abundancia de este metal común permitió que este estado consiguiera su soberanía monetaria sin depender de monedas de oro o plata que venían de Grecia. Del Mar (1885) describe la situación con las siguientes palabras:

(El) sistema monetario romano era de *fiat*, y que las reliquias numismáticas que han sido consideradas por tanto tiempo por el mundo estudioso como monedas de cobre eran esencialmente billetes irreembolsables sellados en el cobre, y fueron ideadas y diseñadas para circular en intercambios con un valor mucho mayor que aquél del material de que están compuestas.

De hecho, el 70% de todas las monedas que circulaba en la Península Ibérica en la época romana era el as, una moneda de bronce de pequeña denominación, para cubrir las necesidades de los intercambios de la vida cotidiana (Ripollès, 2002).

Zarlenga (2002) explica, sin embargo, que el comercio con las ciudades griegas en el sur de la Península Itálica, las guerras púnicas y las importaciones desde el Oriente aumentaron la necesidad de monedas de plata (como denarios) y de oro (como áureos). Vale la pena destacar que en el Imperio Bizantino se mantuvo la circulación de monedas de oro hasta 1204 cuando cayó Constantinopla. Atribuye el colapso del Imperio Romano a los siguientes dos fallos en su sistema monetario:

- **Prerrogativa de la acuñación de monedas de oro:** se destruyó el concepto aristotélico de moneda como ley y el gobierno acabó perdiendo su soberanía monetaria, entregándola a los templos y a los comerciantes que controlaban estos metales. Se estableció la plutocracia, se formaron latifundios y se aumentó la desigualdad.
- **Diferentes tasas de cambio entre monedas de oro y de plata entre el Oriente y el Occidente:** la cotización entre oro y plata era más favorable al oro en el Occidente que en el Oriente, generando una fuga de plata desde Roma hacia Persia e India.

Tras la caída del Imperio Romano, la Europa Occidental en la Edad Media retrocedió también en cuanto al sistema monetario, ya que el colapso del gobierno también

significaba la desaparición de la autoridad que ejerciera la "ley" aristotélica de considerar piezas de metales como monedas, aunque las acuñadas y puestas en circulación por Constantinopla mantenían su vigencia en el Occidente. Carlomagno y su nieto Carlos El Calvo aprovecharon la circunstancia geopolítica, en que menguaba la autoridad bizantina ante la amenaza de los musulmanes, para emitir sus propias monedas (Coupland, 2015, Zarlenga, 2002), pero esta práctica no duró por mucho tiempo. El Sitio de Constantinopla en 1204 fue relevante para el sistema monetario europeo, porque la rendición de los bizantinos y la fundación del Imperio Latino produjeron un vacío en la autoridad monetaria. Europa debió esperar siglos hasta que llegase una cantidad de oro y plata desde las Américas para poder recuperar su soberanía monetaria. Era precisamente en esta época que diferentes feudos emitieron sus propias monedas oxidables que sirvieron para la prosperidad económica (véase 3.3).

Una evolución importante que se produjo en esta época era la invención de la reserva fraccionaria, desarrollada ya en el siglo XIII (Zarlenga, 2002), lo que permite poner en circulación una cantidad mucho mayor de moneda que la reserva de oro o plata. Vale la pena destacar que Barcelona es, junto con algunas ciudades italianas, uno de los primeros lugares del mundo donde esta práctica financiera fue puesta en práctica, y, pese a leyes como la siguiente promulgada en 1299 (De Company, 1779):

(A)quel cambista que quebrase o hubiese ya quebrado, nunca jamás podía volver a tener banco de cambio, ni ningún oficio Real; antes bien, fuese tenido y pregonado por infame y bancarrotero en el pueblo donde hubiese ejercido su profesión y además permaneciese encarcelado a pan y agua hasta su entera satisfacción

Asimismo, la de 1321 decretó como sigue (Madurell, 1969):

(L)os fallidos hasta el día de la promulgación de dicho Capítulo, o bien de aquellos que en adelante quiebrasen, los cuales serían proclamados por infames y abatidos, tanto en los lugares de sus respectivas habituales residencias, como por todas las veguerías de Cataluña. Asimismo se les señalaba la pena de ser decapitados sin concesión de gracia por parte del rey, del infante así como de sus sucesores, si antes no hubiesen satisfecho las deudas contraídas con sus acreedores.

La reserva fraccionaria se practicaba ya en el siglo XV en Barcelona y Génova (de Roover, 1948). Este mecanismo inyectó una masa monetaria suficiente para desarrollar

actividades económicas, pero también concedió a los prestamistas privados el poder de creación monetaria para controlar toda la economía, como veremos en 2.2.2.

Los billetes de papel son la forma actual del dinero y a este respecto Asia Oriental muestra hechos históricos destacables. Horesh (2012) explica la historia de diferentes billetes de papel en China, el primer país en usarlos como dinero. El Emperador Xianzong (806 – 820) de la Dinastía Tang implementó el uso de “efectivos volantes” (*fēiqián*, 飛钱) que funcionaban como un tipo de cheque gestionado por la administración pública. En la dinastía Song del Norte (960 – 1147) se usaban diferentes monedas, tales como *jiāozǐ* (交子) y *qiányǐn* (钱引), que habían nacido como vales de metales aceptados dentro del circuito de comerciantes. Todos los tres tipos de billetes eran convertibles en metales, pero se imprimieron y pusieron en circulación con el fin de facilitar transacciones al no tener que llevar una enorme cantidad de metal.

Japón es otro país relevante a este respecto. Davies (2002) explica las experiencias del *hansatsu* (藩札, billete feudal) entre el siglo XVII y XIX que funcionaban como monedas regionales. Eran billetes de papel emitidos por diferentes señores para complementar la falta de sus propios presupuestos y se aceptaban ampliamente dentro de su propio territorio, en paralelo con las monedas de oro y plata que circulaban a nivel nacional.

Existe un contraste muy interesante entre ambos lados de Eurasia: mientras que en el Este estos billetes eran controlados por las autoridades desde su primer momento, en el Oeste este instrumento, emitido inicialmente por prestamistas privados, marcó un paso importante hacia el monopolio monetario por el Banco Central. Suecia es el primer país donde, en 1661, el Banco de Estocolmo, un banco privado, fue autorizado a emitir sus billetes al conceder préstamos y también al realizar pagos, pero tardó sólo 7 años en colapsar este sistema debido a la sobreemisión. Se fundó el banco central más antiguo del mundo en este país escandinavo para que el Estado se encargase de gestionar su sistema monetario (Horesh, 2012). El Banco de Inglaterra, el segundo banco central que existe desde 1694, tardó 150 años en lograr este monopolio en la emisión de la libra esterlina, debido a su carácter inicial de ser una institución temporal (sólo se le otorgaba 11 años de vida en el momento de su fundación y era necesario prolongar su existencia nueve veces hasta que se aprobara el Bank Charter Act en 1844), pero subsistió como una entidad para financiar al propio Estado Británico (Broz y Grossman, 2004).

A pesar del predominio del dinero crediticio, el patrón oro subsistió hasta muy entrado el siglo XX y tenía sus propias ventajas: Hayek (1943) admite la funcionalidad de esta *moneda internacional sin entregar la política monetaria nacional a las decisiones de una autoridad internacional*, pero aclara que ninguna de estas características está *directamente relacionada a ninguna propiedad inherente al oro*, proponiendo la introducción de una moneda respaldada con una variedad de productos no sólo a nivel

nacional sino también a nivel internacional. Presentaba algunos problemas a solucionar, tales como el costo de almacenamiento físico de las mercancías como respaldo, la revisión periódica de la composición de respaldos y su posible alteración y la variedad de la calidad de mercancías. Friedman (1951) también se sitúa en esta corriente monetaria, criticando Bretton Woods por tener el defecto de *la rigidez de un estándar internacional y el capricho y la incertidumbre de los estándares nacionales* y enumera las ventajas (automaticidad e impersonalidad sin necesitar decisiones administrativas ni legislativas, operación contracíclica, imposibilidad de inflación sin freno) y desventajas (inflexibilidad e inadaptabilidad de impedir altibajos en precios, imposibilidad de generar inflaciones ni deflaciones y necesidad de seguir agregando más mercancías como respaldo) de este sistema. Además, recomienda excluir alimentos en esta canasta debido a la inestabilidad de su abastecimiento y considerar el costo de almacenamiento, llegando a la conclusión de que no es un sistema recomendable (véase 4.3.6 también). Plinge (2001) sostiene un argumento similar, destacando que el agregado M3 en Estados Unidos a finales de 1999 ascendía a 6.484 billones de dólares y cuestionando la viabilidad de encontrar respaldos para una masa monetaria tan colosal.

Si bien la I Guerra Mundial (1914 – 1918) y la Gran Depresión a partir de 1929 obligaron a que muchos países abandonasen el patrón oro, volvieron al antiguo régimen monetario después de la respectiva guerra, a pesar de la dificultad de inyectar más masa monetaria cuando la economía la necesita. Normalmente el crecimiento económico no está acompañado por el aumento de estos metales y se estancan las actividades económicas cuando falta la masa monetaria, propiciando deflación y crisis económicas (Zarlenga y Poteat, 2016), mientras que el influjo excesivo causa inflación. Por un lado, Eichengreen y Sachs (1985) comprueban que, durante la Gran Depresión de la década 1930, los países que abandonaron el patrón oro consiguieron su recuperación económica más rápido que otros países que se aferraron. Debido a las presiones monetarias inherentes al sistema, el presidente norteamericano Richard Nixon se vio obligado a abandonar el patrón oro en 1971 para poder financiar a su propio gobierno, saltando las restricciones impuestas por este régimen monetario. Por otro lado, Munro (2008) demuestra que la llegada masiva de oro y plata desde las Américas, sobre todo desde México y Bolivia, desencadenó inflación en diferentes países europeos en la segunda mitad del Siglo XVI. O sea, podemos aprender de la lección de *que el valor del dinero es veleidoso y que ni el oro ni la plata es sinónimo de riqueza* (Grice-Hutchinson, 1952). Además, el uso de metales no significa la inyección de la liquidez sin tasas de interés, quedando el primer problema de la concesión bancaria como un tema pendiente. Actualmente la creación monetaria está controlada casi completamente por la banca privada, como constatan McLeay et al. (2014a) e ibid. (2014b).

2.2. Fundamentos de las teorías crediticias de dinero y de la usura

"Hay que ver en el capitalismo una religión. Es decir, el capitalismo sirve esencialmente a la satisfacción de las mismas preocupaciones, penas e inquietudes a las que daban antiguamente respuesta las denominadas religiones."
(Walter Benjamin, *Capitalismo como religión*)

2.2.1. Base teórica de la creación monetaria y de reserva fraccionaria

Quisiera abordar una serie de argumentos contruidos en base a la identificación de la creación monetaria con la concesión de crédito bancario, un eufemismo para referirse a la materialización de una deuda (Douthwaite, 1999, Dyson et al., 2011, Lietaer y Belgin, 2012, Galbraith, 1983, Greco, 1990, Jackson y Dyson, 2012, King, 2016, McLeay et al., 2014b, Piketty, 2015, Schumpeter, 1954, Werner, 1997, 2005, 2012). Este proceso, *tan simple que repugna a la mente* (Galbraith, 1983) y que *se ha probado extraordinariamente difícil que los economistas reconozcan que los préstamos bancarios y las inversiones bancarias sí crean depósitos* (Schumpeter, 1954), genera una situación en que *el dinero y la deuda son al pie de la letra dos caras de la misma moneda* (Lietaer y Belgin, 2012) y *la masa monetaria de la economía real depende totalmente de la decisión del sector bancario sobre sus préstamos* (Dyson et al., 2011).

Macleod (1889) es el primer economista moderno que analizó la índole del dinero como crédito al explicar que se acepta este medio *porque cree, o tiene confianza, que puede comprar alguna satisfacción que exige, en cualquier tiempo que le plazca*, y esta palabra llegó a utilizarse también en el contexto de *on credit* (a crédito), lo que significa la obligación a devolver lo que debe. Mitchell-Innes (1913) explica que el crédito de una persona es inseparable de la deuda de otra persona, constatando el hecho de que la existencia del dinero significa la obligación económica de alguien a compensar. Ibid. (1914) se refiere a la Teoría de Crédito por la que *una compraventa es el intercambio de una mercancía por crédito*, aclarando que la moneda no necesita tener valor tangible en sí misma sino es el derecho a cobrar algo equivalente al emisor, o sea la obligación del deudor a ofrecer algo equivalente. Además, señala que *el dólar es una medida del valor de todas las mercancías, pero éste mismo no es mercancía ni se lo puede incorporar en ninguna comodidad*, demostrando lo abstracto del valor del dólar que se determina en la lógica de oferta y demanda.

Frederick Soddy (1877 – 1956), ganador del Premio Nobel de química en 1921, descubrió esta índole del dinero como deuda, entendida como *riqueza de cada miembro individual de la comunidad* que muy a menudo era confundida con la *riqueza de la comunidad* (Soddy, 1921), mostrando su malestar con el sistema monetario vigente que permite la acumulación de riqueza por unos individuos y también oponiéndose a la aplicación de las tasas de interés simple y/o compuesto. Fisher (1936) también está en la misma corriente, atribuyendo la Gran Depresión que azotaba la economía mundial en aquel entonces a las siguientes dos causas: *demasiadas deudas a corto plazo y como consecuencia de tal liquidación, demasiada contracción del circulante*, criticando la reserva fraccionaria de los bancos y proponiendo su abolición, o sea, la vuelta a la Reserva 100% que veremos en 3.5.

Solemos pensar que los billetes y las monedas emitidos por el banco central son el único dinero oficialmente reconocido⁶. No es por casualidad que cada billete del dólar estadounidense tenga la indicación *This note is legal tender for all debts, public and private* (Este billete es dinero de curso legal para todas las deudas, tanto las públicas como las privadas), ya que él mismo expresa su capacidad de ser el medio para cancelar las obligaciones. En la actualidad, décadas después del colapso de Bretton-Woods que vinculaba el dólar estadounidense y consecuentemente cualquier otra divisa al patrón oro, son las obligaciones financieras las que incentivan a todos los actores económicos a aceptar este dinero de curso legal. No es apropiado, no obstante, considerar que el banco central es el único agente responsable de la masa monetaria, ya que el principal actor a este respecto son bancos comerciales. McLeay et al. (2014b), dentro del propio boletín del Banco de Inglaterra, resume cómo nace el dinero así:

Cuando un banco crea un préstamo, por ejemplo, a alguien que toma un préstamo para comprar una casa, normalmente (el banco) no lo hace al darle billetes que valgan miles de libras. En cambio, pone en su cuenta bancaria el tamaño del préstamo. **En este momento, se crea el nuevo dinero.**

⁶ Existen excepciones. En Escocia e Irlanda del Norte, algunos bancos comerciales están permitidos a emitir sus propias libras que se circulan en paralelo con la esterlina en cada territorio. En Hong Kong, el Gobierno de la Región Especial Administrativa se limita a emitir billetes de 10 dólares de Hong Kong (HK\$), dejando que tres bancos comerciales (HSBC, Banco de China en Hong Kong y Standard Chartered) pongan en circulación billetes de denominaciones mayores (HK\$ 20, 50, 100, 500 y 1.000) bajo la supervisión de la Autoridad Monetaria de Hong Kong y con tal de que sean convertibles en dólar estadounidense por la cotización de US\$ 1 = HK\$ 7,80, con su propio diseño y marca. Pataca, la moneda de Macau, funciona de un modo similar al del dólar de Hong Kong en que dos bancos comerciales (Banco Nacional Ultramarino y Banco de China) emiten billetes de curso legal en esta antigua colonia portuguesa.

Es verdad que en épocas anteriores la creación monetaria no era sinónimo de la concesión de crédito bancario. Cuando el oro y/o la plata eran la base y el respaldo del dinero, la única forma de crear este medio de intercambio era obtenerlo como resultado de un superávit comercial que se saldaba con un flujo de metales preciosos o, en su defecto obtener estos metales preciosos. Los banqueros empezaron a aceptar depósitos de estos metales y a emitir vales que permitían a sus portadores, fuesen quiénes fuesen, a reembolsarlos y, paulatinamente con el paso del tiempo, estos pedacitos de papel se transformaron en un medio de intercambio, ya que era más cómodo llevar estos billetes que piezas de oro o plata que pesaban bastante. Después se establecieron los bancos centrales como única entidad de cada país capaz de emitir dinero de curso legal, pero prácticamente eran los bancos comerciales que creaban dinero mediante la concesión de crédito y el depósito de parte del mismo en forma del saldo en la cuenta bancaria del prestatario en vez de entregarle la cantidad correspondiente de efectivo (Soddy, 1934). McLeay et al. (2014a), ibid. (2014b), Dyson et al. (2014) y King (2016) admiten que el 97% de las libras esterlinas y más del 90% de los euros no están creados por entidades públicas sino por la banca privada como depósito bancario (y en Japón este porcentaje llega a 92,7%⁷), o sea como saldos en las cuentas bancarias sin respaldo, cuando conceden préstamos. Este fenómeno no es reciente y Fisher (1912) explica que, de 8.500 millones de dólares que circulaban en Estados Unidos, ya 7.000 millones (82,4%) eran depósitos bancarios. Creutz (2009) muestra que el crecimiento de los activos en Alemania ha estado acompañado con el de los pasivos.

Este fenómeno está constatado por Minsky (1986) quien explica que se produce la creación y destrucción de dinero cuando *las deudas se plasman como entradas en los libros de los bancos y se cancelan las deudas*, respectivamente. Piketty (2015) describe este fenómeno como *la creación de activos y pasivos financieros que se compensan con exactitud en el momento en que se introducen*. Kalder (1980) determina que, en el sistema monetario actual en que el dinero nace como crédito, *es el aumento en el nivel de gasto el que genera un incremento en la cantidad del dinero bancario*, porque la necesidad de pagar está relacionada con el pedido de nuevos préstamos que se realizan como inyección de nueva liquidez. Es imprescindible que la banca privada siga prestando cada vez más dinero para que siga habiendo suficiente masa monetaria, además de suficiente liquidez para pagar la deuda, y Pullen y Smith (1997) presenta una evaluación positiva a Clifford Hugh Douglas (1879 - 1952), conocido como Major Douglas, sobre su crítica a la creación monetaria por la banca privada y sobre su propuesta del crédito social como medio para compensar la escasez del poder adquisitivo (demanda efectiva), aunque su

⁷ Fuente: <https://www.boj.or.jp/statistics/money/ms/ms1704.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

falta de preocupación sobre la posible tendencia inflacionaria baja la credibilidad de su teoría entre los economistas. Las medidas de intervención por los bancos centrales están limitadas, porque esta autoridad monetaria no está directamente controlando la masa monetaria sino sólo indirectamente al fijar la tasa oficial y/o por la compraventa de diferentes bonos.

Se posibilita esta magia gracias a la reserva fraccionaria que sólo requiere a los bancos privados poseer una pequeña porción en efectivo-líquido. Por ejemplo, al suponer que este porcentaje es del 5%, un banco con 1.000 millones de euros de depósito puede conceder hasta 20.000 millones (1.000 millones / 5%) de préstamo. La banca inventó la reserva fraccionaria en el siglo XIII, aprovechando el hecho de que nunca vienen todos los depositarios de oro y/o plata a la vez a retirarlas (Zarlenga, 2002). El coeficiente de caja determina la cantidad máxima del dinero que los bancos comerciales pueden crear en función de los depósitos en el banco central y sorprendentemente algunos países han abandonado la exigencia mínima de este depósito, lo que permite que la banca privada cree cuanto dinero quiera sin restricciones. Veremos, a continuación, qué países ha eliminado la reserva fraccionaria (en orden alfabético):

- **Australia (dólar australiano):** El Depósito de Reserva Estatuaria (SRD, según el acrónimo en inglés) fue derogado en 1988, remplazado con lo que se denomina *non-callable deposits* (Banco de Reserva de Australia, 1991)
- **Canadá (dólar canadiense):** desde 1992 cuando se abolió la exigencia de la *reserva primaria* (Clinton, 1997)
- **Estados Unidos (dólar estadounidense):** los depósitos que no sean a la vista en la Reserva Federal (desde 1990)⁸
- **Eurozona (Euro):** solo para los depósitos a plazo superior a dos años (desde 1999)⁹
- **Nueva Zelanda (dólar neozelandés):** en 1985¹⁰

⁸ Fuente: <http://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/reservereq.htm> (Última visualización: 16 de marzo de 2017)

⁹ Fuente: <https://www.ecb.europa.eu/mopo/implement/mr/html/calc.en.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

¹⁰ Fuente: <http://www.rbnz.govt.nz/-/media/ReserveBank/Files/Publications/Bulletins/1985/1985apr48-4abolitionofcompulsoryrationrequirements.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- **Reino Unido (libra esterlina):** desde 1981¹¹

Werner (2014a) clasifica la teoría monetaria en 1) teoría de creación crediticia, 2) teoría de reserva fraccionaria y 3) teoría de intermediación financiera, demostrando que 1) era predominante hasta la década 1920, 2) en las décadas 1930 a 1950 y 3) a partir de la década 1960 hasta hoy en día. Comprueba, con su propia experiencia de pedir 200.000 € de crédito, que la única teoría monetaria válida que explica correctamente el fenómeno del préstamo es la de creación crediticia. Ibid. (2014b) demuestra, en base a sus estudios empíricos, que la banca crea dinero como crédito, en vez de ser intermediario entre los depositarios y los prestatarios y/o retirar sus propios depósitos en el banco central, y que la concesión de crédito (es decir, la creación monetaria) es considerada jurídicamente como *nota promisoria emitida por el prestatario*. Explica que desde el punto de vista de la contabilidad la concesión de créditos por entidades no bancarias afecta exclusivamente a los activos (nuevo activo de préstamo y reducción de activo por cantidad de dinero prestado) mientras que los bancos ven incrementados tanto sus activos (nuevo activo de préstamo) como sus pasivos (depósito del prestatario en esta misma institución financiera). Esta creación monetaria es posible gracias al hecho de que los prestatarios se ven obligados a poseer cuentas bancarias en la misma entidad financiera y también al sistema legislativo (*Client Money Rules* en Reino Unido) que permite que la banca guarde el dinero de sus clientes (dinero ya prestado) dentro de su propia hoja de balance.

2.2.2. Problemas de la creación monetaria como crédito bancario

El hecho de que la banca privada sea responsable de inyectar nuestro medio de intercambio ha desencadenado una serie de problemas graves. Esta sección se dedica a investigarlos detenidamente.

El problema número uno de este sistema, basado en la creación monetaria como crédito bancario, es la escasez permanente de la masa monetaria para cancelar todas las deudas que existen. Lietaer (2001) describe esta situación:

Cuando el banco agrega un crédito en nuestra cuenta y nos ofrece el préstamo hipotecario de 100.000 libras, sólo crea el capital. Sin embargo, espera que en aproximadamente veinte años le devolvamos 200.000 libras: de lo contrario, perderemos nuestra casa. El banco no crea los intereses, sino que nos estimula a iniciar una batalla

11

Fuente:

http://www.bankofengland.co.uk/statistics/Pages/iadb/notesiadb/wholesale_baserate.aspx

(Última visualización: 16 de mayo de 2017)

Capítulo 2: el sistema monetario actual y sus fallos estructurales

contra todo el mundo a fin de obtener los 100.000 faltantes. Como todos los bancos operan exactamente de la misma forma, para darnos estas 100.000 libras el sistema necesita que algunos participantes se vayan a la bancarrota. En resumidas cuentas, cuando pagamos los intereses correspondientes a nuestro préstamo, estamos tomando el capital de otra persona.

Estas palabras no son una mera teoría pura sino están basadas en nuestra realidad, debido al hecho de que la deuda crece exponencialmente (véase 2.3.2). En este sentido, Olusegun Obasanjo, como presidente de Nigeria, lamentó durante la Cumbre de los Ocho en Okinawa (Japón) en 2000 (Lietaer et al., 2012):

Todo lo que habíamos tomado prestado hasta 1985 ó 1986 era unos 5.000 millones de dólares y hasta ahora hemos pagado unos 16.000 millones. Aún así nos dicen que debemos unos 28.000 millones. Se generan estos 28.000 millones debido a las tasas de interés de los acreedores internacionales. Si me preguntan lo que es la peor cosa en el mundo, diría que es el interés compuesto.

El segundo problema es la creación de relaciones jerárquicas entre los dominantes y los dominados. Amato y Fantacci (2014) denominan este fenómeno como *dominancia de los acreedores sobre los deudores*, reivindicando una reforma fundamental sobre la relación entre estos dos agentes en el préstamo. Cuestionan también la situación actual en que se les exige a los deudores a pagar mientras que a los acreedores no se les pide ninguna colaboración, específicamente la de comprar a los deudores como medio para darles la liquidez suficiente y permitirles cancelar toda su deuda. Otros denuncian esta situación aún más tajantemente, tales como *economía de la deuda y relación económica que... implica una modelización y un control de la subjetividad* (Lazzarato, 2011) y *una esclavitud económica virtual en que los deudores, tratando de evitar el default, se ven obligados a vivir una competencia insaludable* (Greco, 1990). Navarro et al. (2011) atribuyen la crisis actual de la banca privada al *privilegio que tiene de crear dinero bancario cuando concede préstamos, lo que desestabiliza la economía ... al aumentar la deuda*. Hirota (2015) describe de la siguiente forma más cínica, cuestionando el status quo:

Los ingresos de los gobiernos, que deberían ser gastados para fines no lucrativos y para el bienestar de toda la población, proviene del proceso lucrativo de la banca comercial y actualmente depende de la benevolencia de la Troika en caso de algunos países.

Es necesario destacar que ha habido casos en que fue introducido a propósito este sistema monetario por los colonizadores para alterar la estructura tradicional de autosuficiencia y hacer que las economías de las colonias sean dependientes de los productos importados desde la metrópoli. Kennedy y Lietaer (2010) describen el suceso en Ghana donde el gobierno británico consiguió dismantelar la red económica con la introducción de un nuevo impuesto que, pese a su valor simbólico, no se podía pagar con los medios tradicionales de intercambio sino exclusivamente en la nueva moneda nacional de Ghana. Graeber (2011) presenta una experiencia similar que tuvo lugar en Madagascar por el gobierno francés.

Es imprescindible destacar que existen monedas que aún hoy en día siguen limitando la soberanía de varios países africanos. El Franco CFA, introducido en 1945 por Francia para sus colonias en Africa, sigue siendo utilizado por 14 países soberanos (de los cuales 12 son ex colonias francesas, además de Guinea Ecuatorial y Guinea-Bisáu) y controlado por el *Trésor* francés que respalda esta moneda africana con su reserva en euro. Existen dos tipos de franco CFA que se usa en cada zona:

- **Franco CFA emitido por el Banco Central de los Estados de África de Oeste (BCEAO):** Circula en Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil, Guinea-Bisáu, Mali, Niger, Senegal y Togo
- **Franco CFA emitido por el Banco de los Estados de Africa Central (BEAC):** Circula en Camerún, República Centroafricana, Chad, República de Congo, Gabón y Guinea Ecuatorial

La convertibilidad entre el euro (el franco francés hasta 2001) y el franco CFA requiere una cantidad correspondiente de reserva allí en el *Trésor* para estar *al amparo de los asaltos de los especuladores internacionales* (Kalife, 2016). Este anclaje monetario genera varios problemas, tales como (Kalife, 2016, Nubukpo, 2016, Sylla, 2016, Tinel, 2016):

- Apreciación del franco CFA a partir de 1985 que reduce la competitividad de los países de la zona CFA frente a los asiáticos y también el ingreso de los exportadores africanos
- Imposibilidad de devaluar el franco CFA con el fin de estimular la industrialización de la zona, ya que sus altibajos en el mercado de divisas contra el dólar están determinados por los del euro
- Falta de soberanía monetaria, ya que BCEAO y BEAC no tienen otro remedio que someterse a las políticas del Banco Central Europeo
- Mantenimiento de la tasa de inflación demasiado baja para una economía que necesita una tendencia inflacionaria para estimular consumo

Capítulo 2: el sistema monetario actual y sus fallos estructurales

- Falta de comercios intracomunitarios, debido al hecho de que los países de la zona CFA se dedican a productos similares, que demuestra que tiene poco sentido el uso de esta moneda común a nivel internacional
- Falta de créditos concedidos debido a las políticas de BCEAO y BEAC de restringir la masa monetaria para mantener la convertibilidad
- Falta de objetivo de desarrollo económico
- Propio diseño del franco CFA de facilitar la transferencia de ganancias de corporaciones francesas desde África hasta la Metrópoli

Este mecanismo plantea preguntas fundamentales en cuanto a la relación entre la banca y el Estado. Lietaer et al. (2012) describen la relación entre la banca y el gobierno con un tono muy irónico, lamentando que esta crisis ha desviado para el rescate del sistema financiero billones de dólares que podrían ser gastados para lograr otros fines:

(T)an pronto como los gobiernos toman estas grandes cantidades prestadas desde el sistema financiero para rescatar el propio sistema de la bancarrota, el sistema financiero concluye que los gobiernos tienen ahora demasiada deuda y necesitan ser 'disciplinados'.

Existe otro dilema que atrapa a los gobiernos. Por un lado, con el fin de mantener el estado de bienestar, se ven tentados a gastar más que sus ingresos que vienen principalmente de los impuestos, lo que podría justificar las propuestas keynesianas para aumentar la demanda de la economía nacional. Por otro lado, el endeudamiento excesivo del gobierno supone el riesgo de *defaults* que puede desencadenar una serie de efectos malignos en toda la economía nacional, lo que se debería evitar a toda costa. Aquí también funciona la lógica de la creación monetaria que somete los gobiernos nacionales a los intereses de la banca cuando emiten bonos. Lietaer et al. (2012), sin embargo, demuestran que la regla del juego era diferente en Francia donde el gobierno nacional podía solicitar créditos sin tasas de interés al Banco de Francia hasta la entrada en vigor del Artículo 25 de la Ley del 03 de enero de 1973 que prohibió la financiación directa entre el banco central y el gobierno. Si esta ley no hubiera sido aprobada, la deuda pública del país galo en 2009 habría sido sólo 8.6% del PIB en vez de la cifra real del 78%. De modo similar, el Banco de Canadá, fundado en 1935 por la necesidad de prestamista de última instancia, de anclar el sistema monetario nacional después del fin del patrón oro en 1929 y de responder a la presión política (Bordo y Redish, 1986), podía financiar directa e indirectamente al gobierno canadiense y/o a sus provincias bajo ciertas condiciones prácticamente sin tasas de interés, pues la posesión total del banco central por el estado permitió que la tasas de interés pagadas por el Estado canadiense a esta entidad financiera se dirigiera hacia la Hacienda, sin generar inflación. Esta práctica duró hasta la década 1970 cuando, frente a la presión a luchar contra la subida de precios

desencadenada por la crisis del petróleo, el Banco de Canadá dejó de comprar bonos del gobierno (Ryan-Collins, 2015).

Podemos resumir que la propia creación monetaria, un proceso imprescindible de abastecer el medio de intercambio a cada economía, se ha degenerado en un negocio gestionado por entidades con fines lucrativos, como bancos comerciales, o por la élite francesa en caso del franco CFA. El predominio del dinero creado como crédito bancario significa que se prefiere *inversiones en bienes del mercado a bienes públicos, sin importar las tasas relativas de retorno al bienestar humano* (Farley et al., 2012) o *se anteponen los beneficios empresariales de los bancos sobre el interés general de los ciudadanos* (Sanchis, 2016), inyectando liquidez exclusivamente a aquellos proyectos rentables desde el punto de vista meramente economicista sin perseguir el bien común o a veces hasta destruyéndolo en pro de la ganancia monetaria. Navarro et al. (2011) argumentan que un banco de mayor envergadura es *mucho más ineficiente para financiar a la economía local y personal que otro de pequeña dimensión pegada al terreno*, planteando la necesidad de *la segmentación de la actividad bancaria*, tales como financiación a PyMEs, a viviendas, a proyectos de mujeres y a necesidades agrarias, entre otras demandas. Werner (2012, 2014a) muestra su acuerdo con esta idea, atribuyendo el éxito económico de Alemania a pequeñas cajas de ahorro, en comparación con Reino Unido donde *cinco bancos cuentan con más del 90% del depósito*, proponiendo *la introducción de una red de pequeños bancos locales sin fines de lucro a lo largo de la nación* que fue la clave para el éxito económico de Alemania gracias a entidades como Raiffeisen, Volksbank o Sparkasse.

En tercer lugar, la creación monetaria como concesión de crédito bancario supone también en el bloqueo de acceso a millones de personas, sobre todo en los países en vías de desarrollo, a diferentes sistemas de servicios financieros, particularmente de financiación, debido a la baja rentabilidad. Esto provoca que las entidades bancarias lucrativas tiendan a no ofrecer estos servicios a las clases más marginadas y/o a las pequeñas poblaciones alejadas de aglomeraciones urbanas. Veamos la definición de la exclusión financiera por la Comisión Europea (2008):

(E)l proceso mediante el cual las personas se encuentran con dificultades en el acceso y/o uso de los servicios y productos financieros adecuados a sus necesidades y que les permitan llevar una vida social normal en la sociedad a la que pertenecen.

Esta definición resalta los graves impactos de la no incorporación al sistema financiero (Sanchis, 2016) y generando diferentes tipos de inconvenientes en la vida socioeconómica de estas personas excluidas:

- Ahorro
- Transacciones (transferencia bancaria)
- Acceso al crédito

Demirguc-Kunt y Klapper (2012) señalan que el promedio mundial de la población bancarizada es sólo del 50% y que este porcentaje es aún menor en Asia del Sur (33%), África Subsahariana (24%) y África del Norte y Medio Oriente (18%), aunque algunos países de la Unión Europea también comparten el mismo problema en menor medida: sólo 78% de la población adulta en Grecia, 74% en Lituania, 73% en Hungría, 71% en Italia, 70% en Polonia, 53% en Bulgaria y 45% en Rumanía poseen cuentas bancarias.

En cuarto lugar, hemos de referirnos a la ilegitimidad jurídica de la reserva fraccionaria. Huerta de Soto (2016) distingue entre el *depósito irregular* (*guarda o custodia* de bienes fungibles, incluso dinero) y los *contratos de préstamo o mutuo* (transferencia temporal de bienes fungibles, incluso dinero, con tal de que se devuelva para el determinado plazo), dos conceptos frecuentemente confundidos, y cuestiona la práctica vigente de reserva fraccionaria al señalar que la banca debería estar obligada a disponer del 100% de respaldo en efectivo para poder responder a la exigencia del depositante según el Código de Comercio. En consecuencia crítica, la situación actual de la banca corresponde a la *apropiación indebida* porque incumple el requisito del depósito irregular. Demuestra ejemplos de que se aplicaba este delito desde la época de Antigua Grecia hasta 1928 cuando el Tribunal Supremo español dictó una sentencia al respecto y propone la vuelta al patrón oro como solución. Véase 2.1.2 sobre el patrón oro desde un punto de vista crítico.

Por último, la creación monetaria como crédito bancario ha alimentado al mercado especulativo. Hoy en día el 98% de las transacciones monetarias son especulativas y sólo el resto del 2% están relacionadas con la economía real, convirtiendo todo el planeta en *un casino global* (Lietaer et al., 2012). Estos especuladores manipulan también los precios de varios productos básicos, tales como petróleo, productos agrícolas y vivienda (Farley et al., 2012), generando turbulencias en la vida cotidiana de los ciudadanos comunes. Keynes (1936) preveía ya este peligro, denunciando el carácter *antisocial* del *fetichismo* de los especuladores a poseer títulos líquidos.

Existe una propuesta para frenar esta codicia de los especuladores. Tobin (1978) propuso *un impuesto internacionalmente uniforme sobre todas las conversiones de una moneda a otra, proporcional al tamaño de la transacción* para impedir *excursiones financieras de ida y vuelta a corto plazo a otro país*. Esta iniciativa está en la base del nacimiento de unas ONGs denominadas ATTAC¹² en diferentes países. Pero esta propuesta no aborda el problema relacionado con la creación monetaria y, aunque se

¹² <http://www.attac.org/>

reconoce su validez por desalentar especulaciones monetarias promovidas por codicia y dar una nueva fuente de ingreso a diferentes gobiernos, no sirve para liberar los deudores de sus obligaciones financieras.

En los últimos años se ha puesto en práctica la expansión cuantitativa, que consiste en que el banco central emite dinero directamente al comprar bonos del sector público y/o acciones de corporaciones, ha sido la práctica en los últimos años en Estados Unidos, Eurozona, Reino Unido y Japón, con el fin de estimular la economía mediante la inyección de liquidez. New Economics Foundation (2013) critica el resultado de la expansión cuantitativa que no ha conseguido dar *efectos de equilibrar la cartera* ni ha estimulado inversiones. Van Lerven (2015) critica la expansión cuantitativa, porque ni los bancos ni los potenciales tomadores del crédito están interesados en la concesión de préstamos (el sector financiero prioriza el saneamiento de sus balances frente a nuevas oportunidades de negocio, mientras que los empresarios prefieren cancelar obligaciones existentes a iniciar nuevos emprendimientos debido a la baja rentabilidad estimada), generando un ciclo vicioso (Falta de oportunidades de negocio > decrecimiento de nuevos préstamos > reducción de la masa monetaria, es decir poder adquisitivo > Falta de oportunidades de negocio). Davies (2014) menciona la burbuja de precios (especulaciones en el mercado inmobiliario y el bursátil) y la inflación como dos riesgos asociados con la expansión cuantitativa. Es en este contexto que ha reemergido la propuesta de Reserva 100%, o sea la restauración del poder emitir dinero por el estado y la obligación de que los bancos privados cuenten con el 100% de reserva, lo que veremos detalladamente en 3.5.

2.2.3. Críticas históricas a la usura (tasas de interés)

Otro problema clave de nuestro sistema monetario es el hecho de que se emite el dinero sólo con tal de que se paguen tasas de interés, o "usura" en latín, y se verán sus problemas en términos de insostenibilidad en 2.3.2, 2.3.3 y 2.3.5. Si bien esta práctica en el sector financiero parece obvia en nuestros días, esta sección tiene como objetivo mostrar diferentes visiones a lo largo de la historia que la rechazan.

Es muy relevante destacar la historia del interés. Zarlenga (2002) atribuye el origen de la tasa de interés a las civilizaciones sumeria y egipcia donde se prestaban terneros y cobraban sus descendencias, dando ejemplos lingüísticos de que la misma palabra "interés" también significaba "ternero" en sumerio y "parto" en egipcio. Sin embargo, se cometió un error al empezar a cobrar el interés en metal por su "esterilidad" (ningún metal se reproduce como los animales) y los monarcas tenían que condonar las deudas de los campesinos de vez en cuando como medidas paliativas para corregir este diseño monetario inadecuado sin realmente tocar el fondo del problema. A lo largo de la historia de la humanidad, no obstante, existieron otros sistemas monetarios que

consiguieron superar estos problemas al cobrar tasas de atesoramiento (oxidación) a los portadores del dinero (véase 3.3).

- **En el mundo cristiano**

Hay un hecho muy relevante desde el punto de vista etimológico: en el Imperio Romano la palabra "usura" significaba cualquier ingreso que obtenía un acreedor del deudor por prestarle dinero y esta práctica fue prohibida por el cristianismo, ya que hay varias menciones en el Viejo Testamento que no la permiten:

- *Cuando prestares dinero a uno de mi pueblo, al pobre que está contigo, no te portarás con él como logrero, ni le impondrás usura (Éxodo, 22:25)*
- *No tomarás de él usura ni ganancia, sino tendrás temor de tu Dios, y tu hermano vivirá contigo (Levítico, 25:36)*
- *No le darás tu dinero a usura, ni tus víveres a ganancia (Levítico, 25:37)*
- *No exigirás de tu hermano interés de dinero, ni interés de comestibles, ni de cosa alguna de que se suele exigir interés (Deuteronomio, 23:19)*

También, Evangelio de San Lucas (6:35) atribuye a Jesucristo el consejo de prestar sin esperanza de remuneración:

Amad, pues, a vuestros enemigos, y haced bien, y prestad, no esperando de ello nada; y será vuestro galardón grande, y seréis hijos del Altísimo; porque él es benigno para con los ingratos y malos.

La tradición bíblica y clásica (sobre todo la aristotélica, con su *Política y Ética a Nicómaco*) se conjuga en la Escolástica cristiana de la mano de Santo Tomás de Aquino (1224-1274), quien en su *Suma Teológica* destacaba el carácter pernicioso de la obtención de dinero a través del dinero. La Cuestión 78 de la Parte II-II se dedica al tema de la usura en que este teólogo considera que *recibir interés por un préstamo monetario es injusto en sí mismo, o sea es en sí ilícito percibir un precio por el uso del dinero prestado, que es lo que se denomina la usura* (Artículo 1).

Esta prohibición culmina en 1311 cuando en el Concilio de Vienne¹³ amenazó el Papa Clemente V con excomulgar a *autoridades mundanas que aprueben leyes favorables al interés o que no hayan revocado tales leyes ya aprobadas dentro de tres meses* (Böhm-Bawerk, 1884), pero comenzó a ser ignorada en la Edad Media cuando aparece una nueva interpretación. Homer y Sylla (1963) explican este fenómeno cuando surgió el concepto de "interés", que significa *lo perdido* desde el punto de vista del prestatario, para remplazar el concepto de *usura*, que obviamente proviene de la palabra *uso*, o sea la comisión que cobraría el prestamista. Dicho de otro modo, empezó a emplearse la palabra *interés* para justificar la pérdida del deudor en vez de llamar este mismo acto como *usura* que significaría el ingreso del acreedor y que estaría contra la ley canónica.

En este sentido, siguiendo la tradición escolástica, la tradición católica de la Edad Moderna se mantuvo firme en el rechazo a cualquier usura por considerarla como *una forma de robo, violando los derechos de propiedad del individuo que necesita realizar tales pagos injustos* (Poitras, 2000). En España, la fecunda "Escuela de Salamanca" del siglo XVI, como Francisco de Vitoria, Domingo de Soto o Tomás de Mercado, condenaron cualquier práctica de cobrar más que el principal al prestatario (Garrán, 1989, de Mercado, 1571), aunque siguiendo la doctrina canónica establecida admitían ciertas situaciones, como el lucro cesante, el daño emergente o la *periculum sortis*, que podían justificar algún tipo de remuneración al préstamo. Entre ellos, el navarro Martín de Azpilcueta, en un contexto de aumento de los precios por la llegada de metales preciosos desde el Nuevo Mundo, añadió un razonamiento novedoso: la posibilidad de compensar al prestamista por la pérdida del poder adquisitivo del dinero. Se añade así un elemento nuevo: la inflación, de modo que quien exige una compensación que equipare la capacidad de compra de lo cobrado a la de lo prestado, actúa conforme a justicia.

Este razonamiento fue recogido finalmente por el Papa Benedicto XIV, quien promulgó *Vix Pervenit* a los obispos italianos en 1745, en la que se habla de *otros títulos* que justifican la cobranza de algo más y esta regla fue posteriormente aplicada a toda la Iglesia Católica en 1836 por el Papa Gregorio XVI.

La Reforma protestante siguió una línea semejante. Si bien Martín Lutero, en su tratado *Sobre el comercio y la usura*, consideraba abiertamente la usura como pecado y los usureros como *ladrones y bandidos*, Juan Calvino fue el primer teólogo cristiano que autorizó la cobranza de la tasa de interés en *De Usuris* (Wykes, 2003). En 1545 Enrique VIII, que era también el Jefe Supremo de la Iglesia de Inglaterra además de ser rey, legalizó hasta el 10% por año de interés (Eisenberg, 1932).

¹³ Merece la pena resaltar que en este mismo Concilio se decidió la supresión de los templarios quienes se dedicaban a los servicios bancarios también.

Por otra parte, uno de los impulsores del utilitarismo, J. Bentham (1787) desmiente la propia existencia de usura, cuestionando la posibilidad de fijar la línea entre ésta y la tasa de interés justa, de ahí el título de su obra *En Defensa de la usura*.

La prohibición de cobrar usura / tasas de interés duró por mucho tiempo en la ley canónica hasta el siglo XIX, aunque la Iglesia comenzó a tomar posiciones cada vez más tolerantes a partir de la Edad Media. Para superar este estigma, los primeros bancos europeos se involucraron en cierta medida de un carácter "benéfico", desde el Montes de Piedad (Montepío¹⁴), que se remontan a la actividad de los franciscanos de la Italia medieval, hasta la eclosión de las experiencias mutualistas y cooperativas del siglo XIX. Este hecho ha determinado una dualidad generalizada entre los sistemas bancarios occidentales, entre una banca lucrativa mercantil y capitalista, por un lado, y una banca social, por otro, que se está poniendo en entredicho durante la Gran Recesión.

- **El Islam y otras religiones**

El Islam también tiene sus propios reglamentos contra la usura. El Corán, su texto sagrado, dice así:

- *Alá ha autorizado el comercio y prohibido la usura (2:275).*
- *Alá hace que se malogre la usura, pero hace fructificar la limosna (2:276)*
- *¡Creyentes! ¡Temed a Alá! ¡Y renunciad a los provechos pendientes de la usura, si es que sois creyentes! (2:278)*
- *¡Creyentes! ¡No usureéis, doblando una y otra vez! (3:130)¹⁵*
- *Por usurear, a pesar de haberseles prohibido, y por haber devorado la hacienda ajena injustamente. A los infieles de entre ellos les hemos preparado un castigo doloroso. (4:161)*
- *Lo que prestáis con usura para que os produzca a costa de la hacienda ajena no os produce ante Alá. (30:39)*

Merece la pena añadir que en las últimas décadas han surgido varios bancos islámicos como iniciativas acordes con la *Sharia* (ley islámica), en que la *riba* ("usura" en árabe) está prohibida (Van Greuning e Iqbal, 2008), aún sin rechazar otros principios de la economía capitalista. Estas instituciones siguen requisitos religiosos y dan beneficios a los depositarios cuando *resultó de la reinversión y crecimiento consecuente en capital y no*

¹⁴ Vale la pena destacar que Montepío en Portugal es un actor importante de economía social en el sector de finanza, mutualismo y otros servicios sociales.

¹⁵ Se refiere al interés compuesto.

era una remuneración sólo por abstenerse del consumo (ibid.), o sea estos aportadores del dinero no son tratados como depositarios cuyo aumento de riqueza está garantizado sino como inversores que comparten riesgos con los empresarios que toman este crédito, lo que está concretado en las prácticas financieras de *mushārah* (IFSB, 2016). El total de los activos de estas instituciones bancarias en la primera mitad de 2015 es de 1,88 billones de dólares (ibid.), mostrando el tamaño nada desdeñable de este sector financiero, y en los últimos años está creciendo el interés por esta modalidad financiera por parte de los no musulmanes también, incluso los actores de la ESS.

Además, Swamy y Oak (2007) constatan que el hinduismo, la ley romana y la china, si bien permiten cobrar interés, lo restringían hasta cierta cantidad, evitando el crecimiento desmesurado de la deuda.

2.3. ¿Por qué nuestro sistema monetario presenta problemas de sostenibilidad?

Hemos visto que la propia naturaleza de nuestro dinero, que se crea como crédito bancario, tiene diferentes defectos. Ahora bien, vamos a ver más profundamente cómo esta característica afecta nuestra economía.

2.3.1. Tendencia procíclica de la creación y flujo monetario

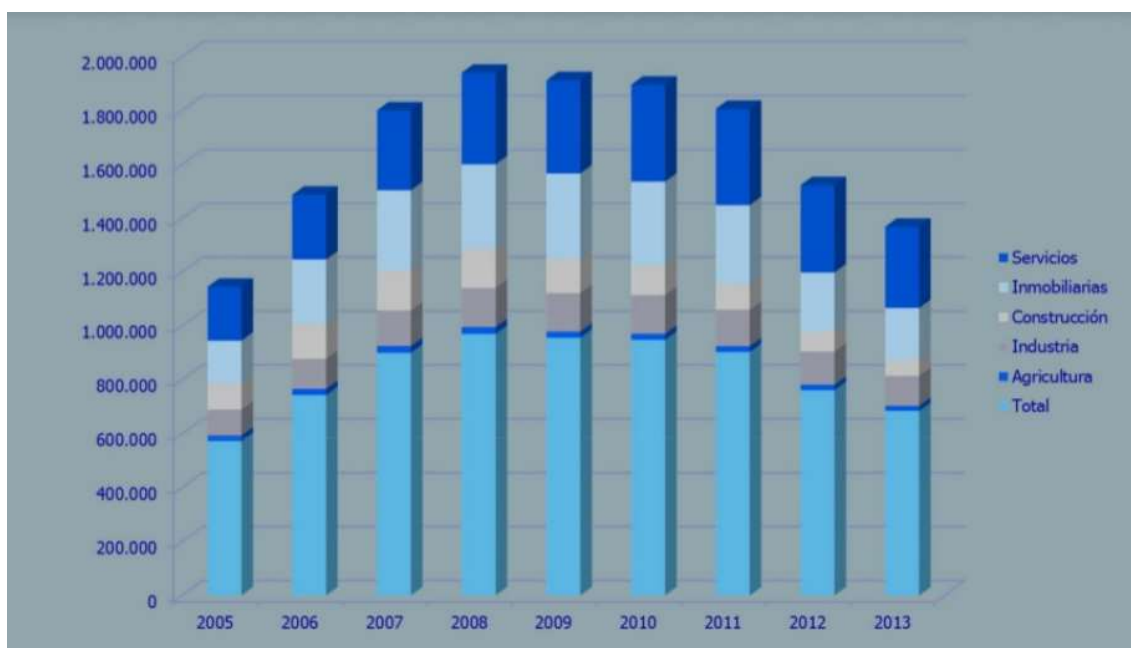
Hemos visto que el propio proceso de inyectar liquidez en la economía es hoy en día un negocio lucrativo de la banca privada, lo que significa que estas instituciones ponen nueva liquidez en circulación sólo cuando prevén conseguir rendimientos económicos. Obviamente hay más incentivos para la creación de dinero bancario durante el boom económico, cuando de hecho ocasionalmente se debería ralentizar al aumento de la masa monetaria, calentando demasiado las actividades económicas y generando burbujas. En cambio, estas oportunidades se reducen durante el retroceso económico, cuando se necesita más dinero para cancelar obligaciones existentes, enfriando aún más la economía y generando depresiones.

Minsky (1986) habla de ciclos de inversión, en los que se alternan períodos de tranquilidad en el crecimiento de la producción y del crédito (*welfare-statism*) con períodos de desestabilización, en los que la exuberancia irracional se traduce en una irresponsable asunción de riesgos y un comportamiento innovador desbocado, lo que hace difícil un ajuste suave del ciclo crediticio. Kindleberger y Aliber (2005) describen este ciclo alargado como *manías y pánicos*, incluyendo la sobreevaluación temporal de propiedades inmobiliarias, acciones, monedas nacionales y/o mercancías en *manías*, generadas *con la expansión de crédito*. Durante este período predomina la euforia, se produce una *inversión entre el objetivo y el proceso* sin aclararse de *de dónde los*

prestatarios obtendrían el efectivo para pagar las tasas de interés si los prestamistas dejan proveerles el efectivo en forma de nuevos préstamos.

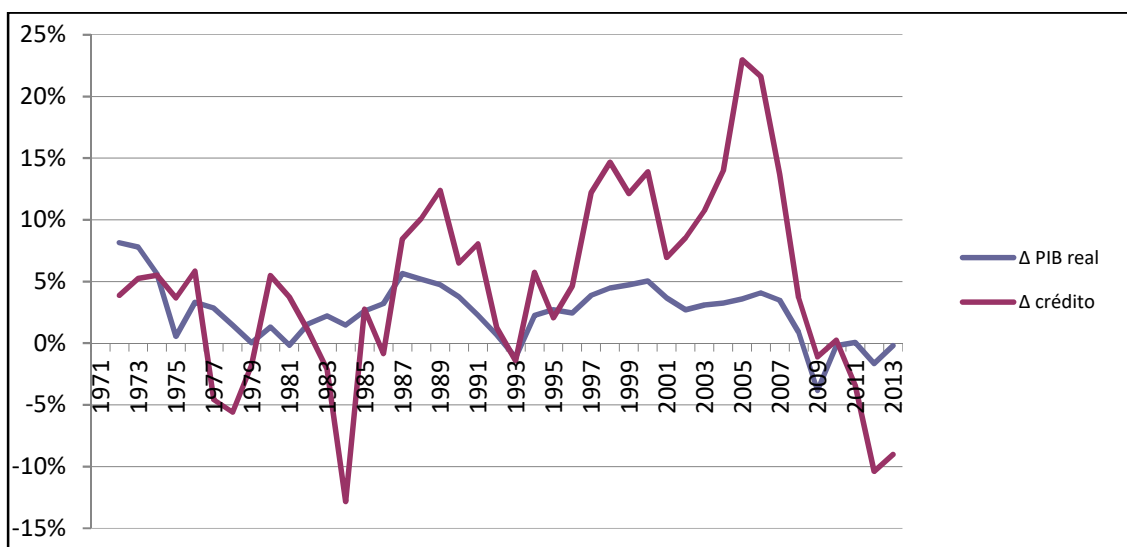
Veamos más detenidamente este fenómeno desde el punto de vista de los bancos comerciales: su principal negocio es conceder créditos y cobrar tasas de interés, y cuantos más préstamos consiguen ofrecer, más beneficio se puede esperar. Jackson y Dyson (2012) explican tres factores que aceleran la concesión de créditos por la banca: titularización (conversión de créditos en activos que se puede vender a los inversores, *securitisation* en inglés), la garantía del gobierno a rescatar la banca en caso de su crisis (sin cuestionar la mala gestión del banco, dando una inmunidad a los banqueros, lo que genera el denominado "riesgo moral" o "moral hazard"), y la externalización del costo a la sociedad por la inflación generada (el alza de precios es dañino para el nivel de vida de los ciudadanos en general mientras que es la principal fuente de ingreso para la banca). Los Gráficos 1 y 2 constatan que en España se ha contraído gravemente los créditos bancarios, dicho de otro modo, la inyección de la masa monetaria a partir de 2008, agravando la crisis económica.

Gráfico 1: Evolución de crédito bancario, 2005 - 2013



Fuente: Sanchis (2014)

Gráfico 2: Tasa de crecimiento real del PIB y del crédito medio en España, 1971-2013



Fuente: Soler (2014) con datos del Banco de España e INE.

Es también imprescindible resaltar que el sector financiero carece de mecanismos de gestión democrática. Felber (2014) explica que el Fondo Monetario Internacional es *una sociedad anónima con participación mayoritaria de los países más ricos y no representa intereses globales, sino hegemónicos* cuyo único accionista con derecho a veto es Estados Unidos. Haría falta reestructurar esta institución para que la comunidad internacional

tenga el acceso más democrático a los fondos necesarios para su propio desarrollo socioeconómico.

2.3.2. Impacto de las tasas de interés compuesto: presión al crecimiento perpetuo y compulsivo y subida de precios finales

"Aquel que crea que un crecimiento exponencial puede continuar hasta el infinito en un mundo finito es un loco, o bien un economista."
(Kenneth Boulding)

La creación monetaria por la banca privada (en su mayoría entidades con fines de lucro) significa que los prestatarios necesitan pagar no solamente el principal sino también las tasas de interés. Esto supone que el sector bancario, único autorizado a crear medios de pago, tenga incentivos a inyectar liquidez.

Como hemos visto ya en 2.2.2, Lietaer (2001) señala que la cantidad total de la deuda es mayor que la masa monetaria disponible. Douthwaite (1999) presenta tres escenarios posibles como consecuencia de esta realidad monetaria:

1. **Deflación.** se produce esta situación cuando la liquidez retirada de la circulación por la devolución de deudas pagadas no está compensada por nuevos préstamos, causando la reducción de la masa monetaria que significa menos dinero disponible en el mercado. La caída de precios desincentiva actividades económicas porque significa la reducción de facturaciones y puede desembocar en un retroceso grave que conduzca a una depresión.
2. **Inflación.** Se produce esta situación cuando hay demasiado nuevo dinero puesto en circulación en comparación con la cantidad de liquidez retirada sin que haya el aumento de producción correspondiente. Si este fenómeno emerge a ritmo irrefrenable, puede llegar a la hiperinflación donde la población desconfía el medio de intercambio oficialista, tal y como fue el caso de Alemania en 1923 o Zimbabwe hasta 2009.
3. **Expansión.** Se produce esta situación cuando el incremento de la liquidez por nuevos préstamos está acompañado por el aumento de la producción de bienes y/o servicios. Parece ser el caso ideal, pero es estructuralmente insostenible a largo plazo (veamos a continuación).

Si bien el mejor escenario para el sector financiero es la expansión porque significa la ampliación del mercado sin descontar su propia riqueza monetaria (inflación), aunque el

dinero adicional se pone en circulación sólo a medida que los bancos conceden nuevos préstamos (Greco, 2009), es menester tener en cuenta el hecho de que la expansión permanente es insostenible por su propia índole, del mismo modo que tarde o temprano colapsan los esquemas de pirámide.

Soddy (1934) muestra su desacuerdo con la existencia de la tasa de interés y su crecimiento exponencial desde el punto de vista del mundo físico. Farley et al. (2012) argumentan que esta estructura *no está vinculada a los sistemas físicos y ecológicos en que están basadas nuestras economías*, demostrando la necesidad de reforma monetaria y fiscal para sanear la economía. Kennedy (1998) muestra el hecho de que todos los seres vivos (plantas, animales y seres humanos) terminan su crecimiento físico a cierta edad, dando el ejemplo de cáncer como crecimiento perpetuo y exponencial para comprobar su insostenibilidad programada.

Otro elemento que merece la pena señalar es el hecho de que las tasas de interés ocupan una buena parte del costo de producción, subiendo el precio final que pagan los consumidores (Tabla 1).

Tabla 1: Ejemplos de incidencia de las tasas de interés sobre precios y tarifas ordinarias

Costos de servicios públicos	Costo del interés sobre el capital (%)
Recolección de residuos (ej.: Aquisgrán, Alemania en 1983)	12
Agua potable (ej.: una planta depuradora en Alemania del Norte, 1981)	38
Canalización sanitaria y evacuación de aguas servidas (ej.: Aquisgrán, Alemania en 1983)	47
Alquiler de edificios de alojamiento social (Cálculos de la Oficina Federal de Estadísticas, 1979)	77

Fuente: Kennedy (1998)

El último caso de la Tabla 1 (alquiler de edificios de alojamiento social) es impresionante, ya que significa que el costo de la vivienda que pagan los inquilinos sería sólo un cuarto del actual si no hubiera este costo financiero. En los otros casos también el interés ocupa una parte importante, insinuando que el costo de vida en general podría ser mucho menor con un sistema monetario distinto al actual.

2.3.3. Concentración de riqueza

El tercer defecto estructural de nuestro sistema monetario es su tendencia a exacerbar las desigualdades, actuando como una fuerza contraria a la distribución justa de riqueza. La dinámica del interés compuesto favorece a las clases más favorecidas, quienes de este modo generan mayor riqueza a partir de la que previamente disponen, mientras que los pobres ven mermados sus recursos debido a los costes de endeudamiento que deben soportar (Piketty, 2015).

Son muchos los economistas que han alertado sobre el extraordinario incremento de las desigualdades y sus potenciales efectos perniciosos. Stiglitz (2015) utilizaba una imagen de la ONG Intermón Oxfam para ilustrar este fenómeno: los 85 individuos más ricos que caben dentro de un autobús de transporte poseen tanta riqueza como la mitad de la población más pobre del planeta. El fenómeno de la concentración de la riqueza en pocas manos, lejos de reducirse, se ha incrementado en los años de aceleración del proceso de globalización desde los años ochenta del siglo XX y con la reciente crisis mundial, llegando a convertirse en una amenaza para la estabilidad económica, social y política a nivel global.

Diferentes organismos internacionales, como la OCDE (2015), también se hacen eco de la dimensión de los problemas que puede acarrear el incremento de la desigualdad y de la brecha entre los ricos y los pobres, destacando el papel que desempeña la educación y la difusión de las capacidades tecnológicas a todos los estratos sociales.

Piketty (2015) presenta una situación alarmante ante la distribución de la riqueza, tomando como soporte estadísticas históricas a nivel internacional. Demuestra que aumenta la disparidad entre los ricos y los pobres cuando la tasa de crecimiento no supera la del rendimiento del capital, además de señalar que se ha duplicado el porcentaje del ingreso del 1% más rico en Estados Unidos y Reino Unido mientras que este fenómeno no se observa ni en Europa Continental ni en Japón, y atribuye la causa de la crisis a partir de 2007 al incremento de la desigualdad en Estados Unidos, ya que la clase media-baja no puede pagar sus deudas. Sin embargo, cae en la trampa del determinismo porque atribuye este resultado siempre a la política, insinuando que se puede alterar la situación siempre y cuando exista una firme voluntad política, proponiendo el *impuesto mundial sobre el capital* una vez que todos los estados lleguen al acuerdo a este respecto.

Este aspecto es fundamental desde el punto de vista no sólo de la justicia social sino también de la sostenibilidad del propio sistema socioeconómico, porque puede llegar a conducir al colapso de la civilización. Toynbee (1960) explica que las civilizaciones en procesos de desintegración están divididas en tres clases sociales, es decir: minoría dominante, proletariado interno y proletariado externo. La clase dirigente (primera categoría) ya no consigue seguir captando el apoyo popular cuando la civilización agota su etapa de crecimiento, debido a que no puede responder a sus demandas. Surgen

entonces conflictos entre clases sociales que debilitan la civilización: por un lado, la clase dominante que se aferra a los privilegios heredados, por otro el proletariado interno pierde su confianza en esta élite, mientras que el proletario externo pierde su respeto a la civilización iluminadora. En ocasiones, frente a esas tensiones surgen alternativas espirituales, por ejemplo, el cristianismo que emergió en las etapas tardías del Imperio Romano, para construir un nuevo orden basado en valores sociales y éticos alternativos.

Saez y Zucman (2014) demuestran que en Estados Unidos se concentra la riqueza en las últimas décadas, sobre todo al 0,1% de los más ricos, en detrimento del resto de la población.

Las críticas a la acumulación y la concentración de riqueza no son nuevas. Ya Aristóteles en el Siglo IV a. C. distinguía, en su obra *Política*, entre la *adquisición de bienes* (ganar dinero) y la *administración doméstica* (intercambio recíproco de bienes), llamando la última como *natural* y criticando la primera como origen de usura. Vale la pena destacar que la palabra griega utilizada para la *administración doméstica* es "Οἰκονομία", origen de la palabra contemporánea "economía".

Kennedy (1998) muestra el efecto injusto de las tasas de interés desde el punto de vista de la redistribución de la renta. Tras comprobar que cualquier persona paga tasas de interés directamente (por cancelar su propia deuda) y/o indirectamente (por pagar cualquier precio que incluye las tasas de interés que necesitan pagar los productores), llega a la conclusión de que la mayoría de familias alemanas pagan más que reciben mientras que sólo unos 10% de familias más ricas se enriquecen gracias a este sistema monetario. Condena también la ilegalidad de este esquema porque es contra el *igual acceso a los servicios públicos* garantizados en la Ley Básica (equivalente a la Constitución).

Se produce la concentración de riqueza también en torno a las grandes capitales financieras en un país o una zona monetaria (como euro), quienes suelen gozar del superávit en detrimento de sus periferias, lo que requiere la redistribución de la riqueza para compensar esta disparidad económica. Varoufakis (2012) critica la falta de *mecanismos de reciclaje de excedentes* en la Eurozona, debido a la falta de políticas públicas consensuadas entre los países de la unión monetaria para lograr un desarrollo económico equilibrado (redistribución del excedente de un país más desarrollado a otros países menos desarrollados y la relocalización de industrias a estas zonas desfavorecidas).

Keynes (1980) propuso la creación de la Unión Internacional de Liquidación (*International Clearing Union* en inglés), con una moneda específica para estas liquidaciones, denominada como "bancor" cuyo valor sería fijado con oro, y se pondría límite de saldo tanto negativo como el positivo a todos los países miembros de acuerdo con la cantidad de exportaciones e importaciones, con el fin de impedir que algunos estados miembros acumulasen demasiado. Se cobraría el 1% de cargo a ambos saldos

para estimular que los países miembros trataran de acercar su saldo a cero. Pero esta propuesta británica se desestimó frente a la opción norteamericana de fundar el Fondo Monetario Internacional y no llegó a concretarse. Amato y Fantacci (2014) proponen una solución a este desequilibrio económico con el fin de impulsar comercios europeos de forma equilibrada y de evitar la concentración de la riqueza en algunos países en detrimento del bienestar de otros.

2.3.4. Devaluación del capital social (cohesión social)

Actualmente la creación monetaria está condicionada por la devolución no sólo del principal sino también de las tasas de interés compuesto, lo que significa que la sociedad en su conjunto tiene más pasivos que activos y que este sistema monetario puede durar sólo siempre y cuando la banca privada siga inyectando nueva liquidez para cancelar obligaciones que vencen ya. Todo ello lleva aparejado un incremento continuo, sin freno y cada vez más acelerado de deudas, que asciende a 152 billones de dólares a nivel global (de los cuales 100 billones son del sector privado) y al 225% del PIB del mundo (FMI, 2016), en una situación económica cada vez más inestable cuya mera subsistencia está sujeta a la toma de decisión de los banqueros. De ahí que pueda llegar a ser escasa la moneda oficial, sobre todo para los más desfavorecidos, impulsando una competencia entre los actores económicos en busca de este medio de pago insuficiente, lo que describió Hobbes (1642) como *el estado de los hombres sin la sociedad civil (cuyo estado puede ser llamado como estado de la naturaleza) es nada sino una guerra de todos contra todos* cuando su país estaba en medio de la turbulencia de las Guerras de los Tres Reinos (1639 – 1651).

Esta *guerra de todos contra todos* es obviamente dañina e incluso fatal para el capital social, definido como *características de organización social, tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficacia de la sociedad para facilitar acciones coordinadas* (Putnam et al., 1994). Si bien otras instituciones al margen de la sociedad civil, tales como gobiernos y agrupaciones religiosas, pueden complementar esta situación, la falta de confianza y/o relaciones humanas obstaculizan el establecimiento de nuevos emprendimientos, frenando, como consecuencia, el propio desarrollo económico.

Se puede agregar otra característica del dinero actual, y es que tiende a ser escaso cuando más se necesita de liquidez, y sobreabundante en el caso opuesto, como se ha podido apreciar en las fases de euforia financiera y posterior de crisis. La tasa de interés positiva funciona como premio para ahorrar dinero en vez de gastarlo cuando uno tiene más ingreso que suficiente para cubrir sus necesidades diarias. Se guarda este dinero que sale de este almacén sólo cuando hay incentivos (como las tasas de interés) y sus propietarios no se sienten obligados a devolverlo a la circulación mientras que los prestatarios están en apuro permanente, en busca del dinero para pagar sus propias

deudas. La oxidación, que se estudiará a fondo en 3.3, puede funcionar como una propiedad importante para impedir el estancamiento de la circulación monetaria.

2.3.5. Cortoplacismo que descuenta el futuro

El último problema, aunque no menos relevante para la sostenibilidad del sistema, es la devaluación de valores a formarse a largo plazo, o sea el descuento de valores que se producen en el futuro. Al suponer que la tasa de interés es del 5% por año, el depósito de 1.000 € hoy valdrá 1.050 € ($1.000 \times 1,05$) dentro de un año, y esta misma lógica hace que algo que valdrá 1.000 € al cabo de 12 meses valga actualmente 952,38 € ($1.000 / 1,05$).

Lietaer et al. (2012) señalan dos casos de inversión para ver la rentabilidad de cada proyecto. Cada proyecto cuesta \$10 y el primer proyecto (inversión en el pino) rinde \$100 en 10 años mientras que el segundo (inversión en el roble) rinde \$1.000 en 100 años. Con el esquema tradicional del 5% al año de tasa de interés, el valor actual del pino es de \$ 61,39 ($\$100 / 1,05^{10}$) mientras que el del roble es solamente de \$7,60 ($\$1.000 / 1,05^{100}$), lo que hace que todo el mundo se dirija a las inversiones a corto plazo mientras que el sector privado ningunea otros proyectos a largo plazo, dejando que el sector público se dedique a estas iniciativas (ejemplos: infraestructura y educación).

Esta situación podrá cambiar radicalmente con la introducción de una moneda oxidable (véase 3.3), y en caso de una moneda con el 5% de oxidación (-5 % de tasa de interés anual) el pino valdrá \$167,02 ($\$100 \times 1,05^{10}$), un 67 % más, mientras que el del roble será de \$168.903,82 ($\$1.000 \times 1,05^{100}$), casi 169 veces más, lo que estimularía inversiones a proyectos a largo plazo por parte del sector privado.

2.4. Impacto de estos defectos de nuestro sistema monetario a la ESS

Hemos visto varios fallos graves que se encuentran en nuestro sistema monetario vigente. Se describirán, a continuación, cómo el sector de la ESS se ve afectado por este mecanismo.

La creación monetaria genera la escasez del dinero debido a que hay más deuda que masa monetaria. Si bien la cooperación, la reciprocidad y la solidaridad son valores intrínsecos de la ESS, el medio de intercambio usado entre sus propios actores promueve una competencia por los recursos escasos, o sea *una batalla contra todo el mundo* (Lietaer, 2001), similar a la de sillas musicales.

También, la dominación de este proceso por la banca privada significa que los prestamistas tienen su propio criterio de financiación que prioriza grandes corporaciones mientras que muchos emprendimientos y/o nuevos proyectos de la ESS no consiguen crédito porque no satisfacen las expectativas lucrativas de estas entidades financieras.

Además, la falta de estructura democrática en la banca comercial no permite que se reflejen las voces de la sociedad civil en la toma de decisión sobre los proyectos a financiar. Es por este mismo motivo que la ESS tiene su propio sistema financiero (cajas de ahorro, cooperativas de crédito, banca ética, microcrédito, crowdfunding...) para proveer los fondos necesarios a sus propios proyectos.

La exacerbación de los ciclos coyunturales afecta a todos los protagonistas de la economía, incluso los actores de la ESS. Fluctúa la demanda de acuerdo con la cantidad de créditos concedidos, afectando a la facturación de las cooperativas etc. El mantenimiento del empleo es otro desafío importante al que se enfrentan los actores de ESS. Mientras que las empresas mercantiles pueden adaptarse a esta inestabilidad al emplear y/o despedir trabajadores temporales sin ningún tipo de escrúpulos, las cooperativas, con la misión de generar empleo estables, tienden a recortar los salarios de sus socios como estrategia para su propia sobrevivencia. Si bien el mantenimiento de empleo es una virtud de ESS, su costo pesa significativamente sobre la gestión de sus propias entidades.

Otro problema grave es el aumento de precios a causa de tasas de interés. Aunque el porcentaje de este costo financiero varía de producto/servicio a producto/servicio, se ve claramente que la aplicación de tasas de interés es una traba que dificulta la sostenibilidad económica de los emprendimientos, incluso los de la ESS.

La concentración de la riqueza no es compatible con los valores de la ESS cuya visión es la construcción de una sociedad más justa, equitativa y democrática. En la lógica capitalista, además del aumento de la desigualdad de ingreso, la acumulación de dinero significa también la del poder, facilitando la supremacía del capital bajo la regla del juego de "una acción un voto" y por lo tanto desmoronando el Segundo Principio cooperativo de *gestión democrática*. Aunque estos mecanismos no afectan directamente a los actores de la ESS, la concentración del poder empresarial en grandes corporaciones fomenta un ambiente económico adverso para la ESS. Además, la clase / las regiones / los países pudientes incrementan su riqueza en detrimento del resto, desmantelando la clase media e impidiendo el crecimiento equilibrado a nivel nacional y/o mundial. Esta desigualdad es contraria a lo que pretenden los Sexto y Séptimo Principios Cooperativos de *Cooperación entre cooperativas* y *Preocupación por la comunidad* con el fin de extender el espíritu cooperativista al exterior de su propia entidad.

El cortoplacismo es la expresión de la presión financiera a rendir beneficios cuanto antes, lo que supone castigar inversiones que generen valor añadido en el muy largo plazo. Por un lado, los empresarios bajo esta influencia se ven obligados a primar proyectos que ofrecen lucro en poco tiempo para no decepcionar a los inversores, muy a menudo en detrimento de otros valores a largo plazo. Esto genera el extractivismo que convierte en liquidez fácil los recursos naturales no renovables o especulaciones

inmobiliarias que suben sus precios a niveles inasequibles, además de causar diferentes externalidades. Por otro lado, muchos emprendimientos de ESS incluyen capacitaciones del ser humano, preservación del medio ambiente y/u otros valores socioeconómica y/o ecológicamente positivos, aunque tardan años y a veces décadas en dar frutos y por lo tanto no son reconocidos por el sistema financiero vigente.

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles

*"Si no hubiera deudas
en nuestro sistema monetario,
no habría ningún dinero."*
(Marriner Stoddard Eccles,
ex gobernador de
la Reserva Federal de EE.UU.
entre 1934 y 1948)

El Capítulo 2 ha constatado diferentes características del sistema monetario vigente contrarias a la sostenibilidad. La creación monetaria como crédito bancario produce inevitablemente diferentes problemas: la escasez de dinero para los desfavorecidos, la dominación de la élite financiera sin gestión democrática, la exclusión financiera, la ilegitimidad jurídica y el crecimiento desmesurado del mercado especulativo. Y el sistema monetario, basado en dinero creado como crédito bancario, genera otros inconvenientes contra su propia sostenibilidad, tales como la tendencia procíclica de creación monetaria, la presión al crecimiento perpetuo, la concentración de riqueza, la degradación del capital social (en el sentido de cohesión social) y la devaluación de valores a generarse en el futuro.

Este capítulo pretende mostrar qué posibilidades existen para corregir el sistema monetario con el fin de favorecer la ESS, además de facilitar el desarrollo sostenible. En primer lugar, se determina el propio concepto de dinero, seguido por el fundamento teórico para defender la existencia de diferentes medios de intercambio que no sean el dinero de curso legal para finalmente definir el concepto de las MSCs.

Los fallos sistémicos descritos a lo largo del capítulo anterior se agrupan en tres categorías (creación monetaria por la banca privada, tasas de interés compuesto y devaluación del capital social, o sea cohesión social). A partir de ellos, se plantean soluciones a cada categoría. Una moneda que supere tales defectos será creada no como crédito bancario sino de forma anticíclica (mayor inyección monetaria durante el retroceso y menos masa monetaria durante el boom), funcionará sin tipos de interés y será adquirida bajo la lógica de la economía del bien común.

Por último, se investigan también tres propuestas monetarias. En primer lugar, se abordará a la oxidación, propuesta por Gesell (1916), de disminuir el valor del dinero

paulatinamente con el fin de separar entre el medio de intercambio y el de ahorro para impedir el atesoramiento de la liquidez, además de bajar o hasta eliminar las tasas de interés. La abolición del privilegio que actualmente disfrutaban los portadores del dinero convertiría el dinero en una mercancía como cualquiera y facilitaría el acceso a la financiación. Se estudiará también una propuesta similar de dinero mensual, una moneda que caduca completamente al no ser gastada dentro de un plazo determinado, sobre todo en comparación con la oxidación que se acaba de mencionar. Por último, se presentará la propuesta de Reserva 100%, emergida en la década 1930 y revalidada en los últimos años, para estudiar sus viabilidades.

3.1. Definiciones y justificativas en torno a las MSCs

3.1.1. Definición de varios conceptos en torno a MSCs

Las MSCs se definen como medios de intercambio con fines de inclusión social que alientan cooperación, fortalecen comunidades y cohesionan sus socios. Posteriormente sus efectos serán constatados en 4.8 tras la descripción de experiencias a lo largo del Capítulo 4.

La expresión MSC combina dos conceptos (*moneda social* y *moneda complementaria*) que nacieron en sus propias circunstancias particulares. La primera fue acuñada por Primavera (1999), quien ya llevaba tiempo en la promoción de los clubes de trueque en Argentina (véase 4.6.3), pues se dio cuenta de *sus efectos de inclusión social*. Su uso se difundió a otros países, principalmente a través de redes internacionales de la ESS. Este espíritu estaba ya bien marcado en la Declaración de Principios de la Red Global de Trueque (Primavera et al., 1998). La segunda, por otra parte, apareció por primera vez en un informe elaborado en 1998 por Bernard Lietaer para la Comisión Europea en que se destacaban las experiencias de moneda que ya existían (bancos del Tiempo y LETS) como elemento para estimular la economía cooperativa, los intercambios comunitarios y el capital social. De este modo, las MSCs acentúan la cohesión social mientras que las monedas convencionales promueven la economía competitiva, los intercambios comerciales y el capital financiero (Rizzo, 2003).

Corrons (2015), tras adoptar la expresión *moneda complementaria* entre otros sinónimos, enumera sus características, aunque algunas no son compartidas en todos los casos prácticos:

- Complementariedad con la moneda oficial.
- Control efectivo del sistema por parte de la comunidad (autogestión monetaria).
- Bajos o nulos tipos de interés.
- Crédito inicial para el fomento del intercambio.
- Nacen de la voluntad de los participantes. El dinero nace por el simple acuerdo de los miembros de la comunidad que lo van a utilizar.

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

- Sencillez de los sistemas, aunque no hay que obviar la complejidad que implica su funcionamiento práctico.
- Son monedas de vecindad.
- Moderada acumulación y, por consiguiente, menor desigualdad de la riqueza.
- Ausencia de inflación (adecuación de la economía monetaria con la economía real).
- Complemento de un sistema de crédito mutuo.
- Oxidación de la moneda. (véase 3.3)

Además, argumenta que las MSCs contribuyen a la sostenibilidad por las siguientes formas:

- **Sostenibilidad ambiental:** Reducción de la huella ecológica, creación de un mercado de productos hechos con recursos locales y reutilización de productos, promoción de comportamientos en pro de la sostenibilidad (ejemplos: reciclaje, uso de transporte público en vez de coches particulares), desarrollo de proyectos más ecológicos (ejemplo: instalación de paneles solares)
- **Sostenibilidad social:** Satisfacción de algunas necesidades psicológicas, fomento de solidaridad y confianza entre los vecinos.
- **Sostenibilidad económica:** Retención de la liquidez dentro de su entorno más inmediato, lo que supone que la riqueza monetaria permanece en el seno de la comunidad, lo que genera un efecto multiplicador, favoreciendo el trabajo informal y el voluntariado, al facilitar el acceso a la financiación.

Blanc (2011), sin embargo, cuestiona los marcos teóricos que acaban de mencionarse, comentando que las CCs¹⁶ enfrentan el problema de *la obsolescencia de tipologías previas, debido a la rápida innovación y el enflaquecimiento de fronteras (tecnológicas, judiciales, políticas, ideológicas...)* que no parecían ser propensas a colapsarse, aunque las define, inductivamente en base a sus propias observaciones, como sigue (salvo sistemas de barter comercial como Banco WIR y RES):

¹⁶ El propio empleo de este término por Blanc (2011) sin especificarlo es para evitar la confusión: en inglés la expresión "CCs" puede entenderse como "Community Currencies" o "Complementary Currencies", dejando que los lectores la interpreten a su propia manera.

Diseñado e implementado mayoritariamente por la sociedad civil, localmente y por la base, y en una manera democrática, enfatizando la apropiación ciudadana y la redefinición del dinero en un proceso participativo.

Existen distintas actitudes en torno a la conceptualización de estos medios de intercambio. North (2010a) menciona tres dimensiones diferentes, o sea: la creación de *una moneda resistente y anticapitalista que derrumbe o reemplace el dinero capitalista, herramientas de política pública sin controversia* (creación de redes de ayuda mutua) y *reformas pragmáticas de la masa monetaria, innovaciones financieras, o el último cambio* (de la representación del dinero). Algunas iniciativas *representaban una alternativa práctica a los regímenes de valor y a la lógica capitalista de la economía convencional* (Seyfang, 2001) mientras que otras quieren desempeñar un papel complementario al régimen existente. Hay intentos de corregir la propia forma de la creación monetaria y/o cómo los proyectos son financiados mientras que otros se limitan a usar otra forma física como dinero (ejemplo: saldo positivo en la cuenta bancaria en vez del efectivo).

3.1.2. Justificaciones para otros medios de intercambio

Si bien hoy en día la banca (tanto los bancos centrales como los bancos privados) goza del monopolio a crear dinero, existen otros planteamientos teóricos y prácticos sobre medios de pago alternativos.

Lietaer (2006a) explica que hoy en día la diversidad monetaria *está interpretada como falta de homogeneidad, y por tanto, como un obstáculo al funcionamiento eficaz de los intercambios y al establecimiento de los precios*, y que esta corriente oficialista justifica el monopolio de la emisión del dinero de curso legal por el banco central, más por *la voluntad del control creciente de la administración central que por una política que trata de mejorar la eficacia del conjunto o la prosperidad económica de las poblaciones en relación*, aunque actualmente la mayoría del dinero ya no está creado por el banco central sino por la banca privada (véase 2.2.1). Hayek (1974), si bien discrepa de diferentes aspectos de la ESS, comparte su crítica sobre la creación monetaria por ser monopolios, o sea *hay que usar su producto aunque no es satisfactorio e impide el descubrimiento de mejores métodos de satisfacer una necesidad para la cual un monopolista no tiene ningún incentivo*.

Lietaer et al. (2012) señalan tres características del sistema monetario monopolizado (el único medio para el pago de impuestos, ser acumulable y atesorable, y la necesidad de pagar no solamente el principal sino también las tasas de interés al pedir préstamos), comparándolas con otras sociedades que solían tener sistemas monetarios duales, o sea donde se usaba, además de la moneda arriba descrita para el comercio con el exterior, otro medio de intercambio para intercambios internos con otras reglas del juego, tal y

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

como fueron los casos de Egipto Antiguo o Europa de la Edad Media, específicamente el Siglo XII y XIII (véase 3.3).

Polanyi (1977) argumenta que en las sociedades anteriores no había *dinero para todos propósitos* sino se usaban diferentes medios para varios fines (para la compraventa con el exterior, para las transacciones locales y para preservar su riqueza), abriendo el camino para monedas de *propósito especial*, incluso MSCs.

Blanc (2002) defiende el uso de MSCs desde el punto de vista del localismo, definido como *la organización de los intercambios dentro de un espacio específico, adaptando el sistema monetario existente o por medio de la construcción de un sistema monetario ad hoc*. Enumera las razones del localismo monetario como *captación de ingresos* (señoreaje y financiamiento), *protección del espacio local* (control de la fuga de ingresos, control del sistema monetario), *dinamización local* (internalización de actividades y aceleración de los intercambios) y *transformación cualitativa de los intercambios*. Greco (2001) mencionan tres ventajas de monedas sociales:

1. *Proveen un medio abundante de intercambio que se crea localmente de acuerdo con las necesidades de la economía local.*
2. *Su coste es poco, debido a su creación sin tasas de interés*
3. *Estimulan la economía local y promueven la autosuficiencia local*

Amato (2006) propone la implementación de una nueva ley para evitar la financiación excesiva con fines especulativos. Se trata de comunidades bien definidas que se entrelazan mutuamente y cada una usa una moneda oxidable (véase 3.3) para impedir el atesoramiento del dinero. Presenta, además, el proyecto Libra que combina la economía de intercambio (con fines lucrativos) con la de don (sin fines lucrativos), en el cual las empresas participantes emiten una moneda a sus clientes como punto de fidelización válido dentro del circuito de estos comercios locales. Se aplica la teoría de oxidación, pero de un modo singular, transformando estos puntos en monedas sólo válidas para donar a asociaciones de carácter social.

Santana (2009) enumera los objetivos pretendidos por los impulsores de MSCs en México (la negrita resaltada por el autor de la tesis):

- a) ***impulsar un sistema de valor alternativo*** al centralizado por la banca y el gobierno, cuyo dinero no es accesible para gran parte de la población y por el cual se pagan altos intereses
- b) *al tener su propio sistema de valor y controlar la emisión de sus billetes, se busca que los miembros del grupo logren un poder adquisitivo que antes no tenían (a pesar de que realizan trabajo) y con ello tengan acceso a bienes y servicios, hasta ahora fuera de su alcance*

- c) *al comprarse entre sí, los productos que elaboran los miembros del mismo grupo y los servicios que ofrecen, reconocen mutuamente el valor de su trabajo, lo que **favorece relaciones sociales que aprecian la ayuda mutua, la equidad y el respeto**, entre otros valores*
- d) *al realizar los pagos con una moneda que ellos mismos respaldan, en las transacciones se establecen relaciones sociales basadas en la **confianza de involucrarse en un proyecto común***
- e) *el tejido social se fortalece al **restaurar el 'crédito' que las personas se otorgan entre sí**; entendiendo por 'crédito' la raíz de esta palabra: creer. A diferencia del dinero convencional - en que la confianza se deposita en el billete-, aquí la confianza se otorga a las personas*

Estas metas pueden ser resumidas en la creación de un poder adquisitivo adicional, fomento de relaciones sociales basadas en la ayuda mutua, equidad, respeto y confianza para un proyecto comunitario, y la restauración de confianza. Las MSCs aportan un ingreso complementario a aquellos que han sido excluidos del mercado formal o están explotados, mejorando su calidad de vida. También nutre la cohesión social entre sus usuarios, profundizando sus relaciones humanas. Volkmann (2012) define el papel de las monedas regionales en los países de habla alemana como el de *facilitar comunicación y la búsqueda por soluciones creativas sin olvidar el panorama global*, aplicando el marco teórico de economía solidaria para resaltar la función de estos medios de intercambio en las actividades económicas no formalizadas y/o marginadas. El Proyecto SOL en Francia pretende cumplir las tres funciones de SOL cooperación, compromiso y dedicación (véase 4.2.5).

- **SOL Cooperación:** programa de fidelización a las entidades de economía social y solidaria.
- **SOL Compromiso:** un esquema parecido al banco del tiempo (4.4.2).
- **SOL Dedicado:** oferta de subsidio por parte del sector público a las clases marginadas, condicionando su uso a la compra de productos y/o servicios ecológicos y/o sociales.

Lietaer et al. (2010) destacan la importancia del equilibrio entre la eficiencia y la resiliencia, definida como *la capacidad de un sistema a absorber una perturbación y a reorganizarse tras sufrir un cambio para poder retener prácticamente la misma función, estructura, identidad y retroalimentaciones* (Walker et al., 2004), como clave para lograr la sostenibilidad. La eficiencia excesiva tiende a convertirse en fragilidad (falta de diversidad) mientras que la resiliencia excesiva puede desembocar en estancamiento (falta de eficiencia), socavando la estabilidad en ambos casos. Esta teoría explica la naturaleza de nuestra economía, basada en la moneda única en cada país (o un grupo de países en caso de Eurozona, por ejemplo), o *monocultura* (Lietaer et al., 2010), pues la

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

dependencia de un sólo sistema monetario es a la vez eficaz (el euro sirve para cualquier transacción dentro de la Eurozona) y vulnerable (los excluidos de la economía de euro tienen pocas alternativas), mostrando el razón de ser de las MSCs como medio de intercambio para incrementar la resiliencia y la diversidad. De hecho, la experiencia de los Clubes de Trueque en Argentina es un buen ejemplo histórico de una MSC que fortalece la resiliencia que surgió cuando el país sudamericano sufría la falta de liquidez (véase 4.6.3).

Brenes (2013) parte de que el sistema económico está interconectado con otros sistemas (el social y la biosfera, por ejemplo), aunque este hecho es ignorado por el *mercado auto-regulado* donde la mano de obra y la tierra fueron incorporadas al *mecanismo de mercado*, creando su subordinación *a las leyes del mercado*. Relaciona el tema de localidad no sólo con la ecología sino también con el ataque a *la colonialidad del poder* y con la construcción de *un espacio epistemológico e incluso ontológico que puede ser ocupado por muchos sujetos, donde se puede deconstruir esa heterarquía del patrón de poder dominante*. Define el papel de MSCs como *reducir las importaciones y re-desplegar los recursos locales ociosos*, haciendo alusión al caso de Coopevictoria en Costa Rica para contrastar su hipótesis (véase 4.3.4).

También es útil considerar las funciones del dinero desde el punto de vista de la banca ética. Bernal (2011) define sus tres objetivos:

- Financiar actividades económicas que tengan un impacto social positivo. Esto significa apoyar empresas y proyectos sociales, medioambientales, culturales y humanitarios, y prestar especial atención en poner los recursos al alcance de las personas más pobres, de las socialmente excluidas, y en general, de todas aquellas personas que no tienen acceso a la financiación de los bancos convencionales
- Ofrecer una opción alternativa al ahorrador e inversor responsable, que garantice la transparencia en el movimiento del dinero y canalice sus deseos de decidir responsablemente sobre el uso que éste hace la entidad financiera
- Ser viable y obtener excedentes económicos que permitan el crecimiento, la inversión y la reinversión social, la modernización y la cobertura de imprevistos

Además, Sanchis (2016) propone combinar la creación de *banca de proximidad o banca local arraigada al territorio, finanzas éticas y finanzas cooperativas* con la educación financiera que abarca, *además de los conocimientos técnicos, la formación en el consumo socialmente responsable, la ética bancaria y en los negocios y los valores de la democracia,*

la cooperación y la transparencia que debería estar incluida en la enseñanza de escuelas y/o en la educación adulta, apelando a que la sociedad civil adopte iniciativas apropiadas.

Pese a que estas metas no dictan directamente las operaciones de MSCs, sirven de brújula para diseñar los objetivos a los cuales estas herramientas han de servir: en cuanto a Bernal (2011), se logra el primer objetivo no necesariamente con la concesión de créditos sino también por el estímulo de compras de tales productos y servicios, se concreta el segundo a través de la conversión de la moneda oficial a MSC porque esta acción permite que los consumidores anclen esta moneda al territorio, y el último también es importante desde el punto de vista de la propia sostenibilidad del sistema. En cuanto a Sanchis (2016), urge impulsar la gestión bancaria que esté anclada a cada territorio y realizada de forma cooperativa y ética, por los socios capacitados para tal fin.

Otro elemento digno de consideración es la gobernanza de MSCs, pues es distinta a la del dinero de curso legal. Jones (2011a y 2011b) enumera tres factores que afectan a su gestión: uno externo (tolerancia de las autoridades monetarias a dejarlas), uno interno (toma de decisión participativa) y el factor monetario (número de actores económicos que aceptan este medio de intercambio). El factor externo puede restringir la gobernanza al obligar que las MSCs sean respaldadas con dinero oficial, lo que puede suponer la prohibición de crear dicha moneda *ex nihilo*, o eliminar beneficios a los usuarios de estas monedas. El factor interno está influenciado por la aplicación de sus principios (transparencia, responsabilidad de informar y toma de decisión participativa) sobre aspectos técnicos de la moneda, como señoreaje, emisión y respaldo. Y, por último, la escala monetaria, que determina la dimensión en que este medio de intercambio está aceptado, está también influenciada por la convertibilidad o no al dinero de curso legal.

Un factor importante que habría de añadirse a este respecto es la relación entre la escala y el grado de gobernanza: por una parte, el aumento de socios de una MSC fortalece su autonomía (una MSC con 100.000 socios tendrá más poder que otra de 200 en el momento de resistir contra la posible supresión por el Estado o en su intento de influenciar las políticas a favor de esta propia iniciativa), pero por otra parte se minimizan los votos de cada socio, diluyendo el principio de toma de decisión democrática. Sin embargo, merece la pena tener en cuenta esta noción desde el punto de vista de la oposición al monopolio de la banca sobre la creación de dinero.

3.2. Cómo los fallos pueden ser corregidos

Tras definir algunos aspectos del dinero, entraremos en la posibilidad de corregir los fallos de nuestro sistema monetario actual, examinados detenidamente a lo largo del Capítulo 2, que pueden ser resumidos en tres aspectos: creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada, diferentes consecuencias de las tasas de interés compuesto que obligan crecimientos perpetuos y exponenciales, y el desmantelamiento

del capital social. Veamos, a continuación, cómo estos puntos débiles de nuestro sistema monetario actual pueden ser superados. Véase 5.1 sobre cómo las MSCs funcionan para paliar estos efectos nocivos.

3.2.1. Creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada

Como hemos visto ya en 2.2.1, hoy en día la banca privada está encargada de inyectar la mayoría de la masa monetaria. Estas entidades financieras no ofrecen este medio de intercambio gratis sino sólo como una actividad lucrativa, lo que significa que se crea dinero siempre y cuando hay oportunidades de beneficio, a menudo de forma excesiva, mientras que durante retrocesos económicos se reduce también la concesión de nuevos créditos, dificultando que los prestatarios puedan pagar sus deudas. Afortunadamente existen diferentes propuestas y experiencias que tratan de estos mismos aspectos.

- **Sobre la creación monetaria como crédito bancario**

Felber (2014) se refiere al Artículo 102-2 de la Constitución Austríaca que dice que *la administración federal gestiona directamente los sistemas monetario, crediticio, bursátil y bancario*, constatando que la misma noción está presente en la legislación de este país. También enumera una serie de propuestas relacionadas a los sistemas monetarios y su gestión:

- Las asambleas populares descentralizadas a diferentes niveles (municipal, regional, nacional e internacional) como órganos dedicados a la toma de decisión sobre políticas financieras y monetarias
- La democratización de los bancos centrales, lo que supone cuestionar la legitimidad de su estricta independencia, dando prioridad a otras metas (como la creación de empleo) y no buscando exclusivamente la estabilidad de precios
- Inclusión de diferentes criterios en la concesión de créditos, tales como la ética, la no especulación y la reinversión regional, además de la rentabilidad financiera
- Orientación del banco al bien común (creación de un balance del bien común, dedicación del banco a las prestaciones bancarias esenciales, distribución de los beneficios no a los propietarios sino al bien común, abolición de las tasas de interés, evaluación del bien común)
- Mayor supervisión financiera (fragmentación de bancos, cierre o regulación rigurosa de los bancos fantasma, examen de autorización de comercialización para nuevos productos financieros, establecimiento de unos criterios para balances y capital propio, y normas para fondos y sostenibilidades de valor)

Es menester reconocer, no obstante, algunos cambios estructurales necesarios para llevar a cabo las reformas de Felber, tales como la institucionalización del sistema

electoral para permitir la gobernanza sobre el banco central por la sociedad civil y la desvinculación de las entidades financieras de la lógica capitalista (ejemplo: transformaciones de bancos privados en cooperativas de crédito).

Mastronardi (2013) propone una serie de reformas jurídicas para modificar la creación monetaria, considerando la emisión monetaria como *servicio público* del Estado en vez de someterla al interés de la banca privada. En este sentido es muy relevante relacionar el sistema monetario con la provisión de servicios públicos, en combinación con la moneda oxidable, para que sea posible costearlos sin depender de la lógica de la banca privada (véase 3.3).

A nivel internacional, Europa contaba con un sistema de pagos diseñado para estimular la cooperación entre diferentes países en un pasado no demasiado lejano: se denominaba la Unión Europea de Pagos y funcionó entre 1950 y 1958 para acelerar el proceso de la recuperación económica de aquellos países gravemente damnificados por la II Guerra Mundial, favoreciendo el intercambio entre los países miembros. Se obligaba a los países acreedores (con saldo positivo) a comprar algo a otros países deudores (con saldo negativo), con el fin de promover transacciones recíprocas y solidarias (Amato y Fantacci, 2014).

Wainwright (2012) presenta diferentes corrientes en torno a la democratización del sistema monetario a lo largo de la historia de Estados Unidos. La concentración del poder en el Gobierno Federal eliminó la posibilidad de que cada estado emitiera su propia moneda de curso legal mientras que Washington D.C. implementaba políticas públicas a favor de la creación monetaria por la banca privada y obviamente bajo la lógica capitalista, fortaleciendo la disparidad entre los superricos y el resto de la población. Posiciona el movimiento de MSCs como un proceso que rechaza esta lógica, exigiendo el derecho de la ciudadanía a crear dinero de una forma libre de los intereses de la banca privada y/o del sector público.

Una posibilidad para reducir nuestra dependencia respecto al crédito bancario con la implementación de MSCs es estimular que los depositarios en moneda convencional empiecen a aceptar otras monedas como medio de ahorro. Lietaer et al. (2012) proponen Ahorros Naturales para impulsar el uso de árboles y/u otros bienes naturales como medio de ahorro, y este esquema podría mejorar el balance financiero de los bancos en crisis al reducir sus pasivos en moneda oficial.

- **Sobre la tendencia procíclica de la creación monetaria**

Otra consecuencia no deseable de la creación monetaria por la banca privada es su carácter procíclico, que hace fluctuar la oferta monetaria de acuerdo con la coyuntura, de modo que se inyecta demasiado dinero durante la bonanza mientras que toda la

economía sufre la escasez de la liquidez en los momentos de retroceso. Si es posible emitir otras monedas en épocas difíciles, ayudará que los actores económicos tengan más medios de intercambio para realizar sus transacciones y satisfacer sus necesidades, además de pagar sus deudas. En el capítulo 4 se presentan diferentes experiencias para constatar esta característica de las MSCs, tales como: Wära (Alemania) y Certificado Laboral (Wörgl, Austria) en 4.2.1, Billetes con sellos (Estados Unidos) en 4.2.2, Banco Palmas (Fortaleza, Brasil) en 4.2.3, SOL (Capilla del Monte, Argentina) en 4.3.3, Banco WIR (Suiza) en 4.5.1, Club de Trueque (Argentina) en 4.6.3 y cuasimonedas (Argentina) en 4.7.3.

También es relevante el hecho de que la creación de estas MSCs está libre de la lógica de la banca privada: no es necesario que el creador de dinero maximice su beneficio, aunque haya que cubrir los gastos operativos (ejemplos: impresión de billetes, diseño y mantenimiento de páginas web, otros costos de gestión). Las entidades gestoras de estos medios de intercambio suelen ser actores de ESS (asociaciones y cooperativas) y por lo tanto necesitan trabajar más para mejorar la situación económica de sus socios.

- **Cómo ajustar la masa monetaria**

La masa monetaria puede crear inflación cuando es excesiva. La hiperinflación de la década 1920 en Alemania es muy conocida. Zimbabwe es otro país que sufrió esta subida sin freno de precios hasta 2009, acabando con la desaparición de la moneda nacional (dólar zimbabuense), sustituida con monedas extranjeras. Entre enero de 2006 y enero de 2009 subió el precio un trillón (10^{18}) de veces, obligando al Banco de Reserva de Zimbabwe a redenominar su dinero, quitando ceros (3 ceros en agosto de 2006 y 10 ceros en agosto de 2008) sin realmente poder frenar la subida explosiva y exponencial de precios. Como consecuencia se emitieron billetes de altísima denominación, hasta 100 billones (10^{14}) de dólares.

Esta inflación puede producirse no sólo con billetes, fácilmente imprimibles por la autoridad monetaria, sino también con metales. La relación entre cantidad de dinero y crecimiento de los precios es un hecho evidente. Fisher (1912) y Hamilton (1975) muestran que los precios subieron en Europa en los siglos XVI y XVII, atribuyendo este fenómeno a la llegada masiva de oro y plata desde las Américas. Algunos contemporáneos eran ya conscientes, de modo que pensadores como de Azpilcueta (1556) y de Mercado (1569) dejaron constancia de la inflación en Castilla.

La Fórmula más conocida en términos de los precios es la de Fisher (1912), expresada como:

$$P \times Y = M \times V$$

Donde

P = Precios

Y = Producción

M = Cantidad de dinero

V = Velocidad de circulación del dinero

El espíritu de esta fórmula sigue vigente. De hecho el Banco Central Europeo (2001) la aplica directamente para programar su política de crecimiento de la cantidad de dinero a largo plazo, de acuerdo con la fórmula inspirada de Fisher (1912):

$$\Delta M = \Delta YR + \Delta P - \Delta V$$

donde

ΔM = Crecimiento monetario

ΔYR = Crecimiento del PIB real

ΔP = Inflación

ΔV = Variación de la velocidad de circulación

La relación entre el crecimiento de la masa monetaria y la tasa de inflación, sin embargo, no es tan sencilla como explica Fisher (1912), sobre todo a corto plazo. Riera y Blasco-Martel (2016) explican que la mayoría del aumento de M1 o M2 no se traducía en el aumento de precios en España en los periodos de 1883 - 1914 y 1948 - 1974. Vague (2016) demuestra la escasa causalidad entre el crecimiento rápido de la masa monetaria y alta tasa de inflación, sugiriendo la necesidad de buscar la causa del alza de precios en otros factores.

3.2.2. Tasas de interés compuesto y otros problemas relacionados

Hemos visto, en 2.2.3 y 2.3.2, que la propia existencia de las tasas de interés compuesto es el origen de esta presión a un crecimiento insostenible a largo plazo, lo que constituye un motivo por el que diferentes religiones tradicionales condenaron la cobranza de intereses. Este costo financiero que se impone a los prestatarios aumenta la desigualdad al redistribuir la riqueza de la mayoría de la población en favor de los prestamistas y también obstruye el financiamiento a proyectos a largo plazo debido a su baja rentabilidad.

- **Sobre la presión al crecimiento permanente y exponencial**

Para evitar el problema del crecimiento insostenible, el primer paso será la circulación de monedas que no exijan tasas de interés a sus usuarios. Huelga decir que el paso indispensable es establecer mecanismos apropiados de inyectar la masa monetaria en la economía sin endeudar demasiado a sus actores. Si bien se permite cobrar algunas comisiones para cubrir el propio costo operativo del sistema monetario, todos los importes cobrados siempre han de ser devueltos a la sociedad (como salario de los funcionarios, gastos de oficina, de mantenimiento de su TIC etc.) para que no haya atesoramiento, sino que haya siempre suficiente masa monetaria para todos. La Reserva 100% en 3.5 es una posibilidad, pero diferentes MSCs también tienen la posibilidad de ofrecer préstamos sin tasas de interés para poder mantener una economía sin necesidad de crecer.

Es importante destacar la relevancia de la banca islámica que ha surgido en diversos países en las últimas décadas como un intento de aplicar la ley islámica a las prácticas del mundo financiero, como ya se mencionó en 2.2.3. Si bien se permite que los depositarios (inversores) obtengan lucro de proyectos invertidos, estas iniciativas se oponen vehementemente a la *riba* (usura), lo que ha generado interés en esta modalidad financiera por parte de los no musulmanes, incluso los de ESS.

Otra iniciativa inspiradora que nos sugiere cómo superar este obstáculo es el Banco JAK, un banco cooperativo que está funcionando en Dinamarca, Suecia e Italia, de los cuales el de Suecia, operativo desde 1970, tiene la mayor envergadura. Sanchis (2016) destaca su carácter libre de tasas de interés, además de su gestión democrática que es otro valor de la ESS. Los depositarios no cobran interés sino puntos, es decir el derecho a pedir préstamos sin tasas de interés y a largo plazo este sistema compensa para los que necesitan créditos baratos.

En la realidad, existen diferentes opciones de comenzar al pedir préstamos y después compensar los puntos negativos con el ahorro posterior, o también la de combinar el

ahorro anterior, el préstamo y el ahorro posterior, pero lo más importante es que al fin y al cabo se liquidan los puntos positivos (ahorro) con los negativos (préstamo). Aunque se cobran comisiones en vez de tasas de interés para cubrir los costos operacionales de esta entidad financiera, se reducen al mínimo porque, por ser una cooperativa, no es primordial maximizar su ganancia.

- **Sobre la concentración de riqueza**

Si bien el sistema monetario no es al cien por ciento culpable de la concentración de riqueza, por ejemplo, los propietarios de latifundios y algunas propiedades intelectuales acumulan una enorme cantidad de dinero, el acceso a créditos sin tasas de interés puede acelerar esta tendencia.

La Tabla 1 ha demostrado que el costo financiero (pago de tasas de interés) representa una parte importante de cada precio que pagamos. Si fuera posible conseguir financiación sin tasas de interés, se podría ofrecer diferentes productos y servicios de forma más asequible para la población. Allí se indica también que el agua potable sería un 38% más barata y que se podría ofrecer viviendas sociales sólo a un cuarto del costo actual. De ahí que se espera que la liberación de las tasas de interés incentivaría otros emprendimientos que hoy en día no son viables debido a la falta de rentabilidad, incluso aquellos que tienen en cuenta la vida digna de los trabajadores, la preservación del medio ambiente y/u otros objetivos del desarrollo sostenible. Asimismo, hemos visto que anteriormente diferentes gobiernos gozaban de financiación sin tasas de interés, contribuyendo para el bienestar de toda la población nacional (véase 2.2.2, Lietaer et al., 2012, Bordo y Redish, 1986). Todos estos elementos reducen la redistribución de riqueza a favor de los prestamistas, contribuyendo a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

- **Sobre el cortoplacismo que descuenta el futuro**

El cortoplacismo es otra cara de las tasas de interés, y cuántas más altas son, más se reduce la rentabilidad de proyectos a largo plazo. Pero se puede superar fácilmente una vez que sea posible el financiamiento sin este costo.

La oxidación (véase 3.3) es una manera muy eficaz de eliminar las tasas de interés, ya que el valor decreciente del dinero obliga que sus portadores lo ofrezcan a los prestatarios sin tasas de interés o que acepten tasas de interés negativo. Por ejemplo, si la moneda oxida el 12% por año (1% por mes), es mejor prestar 1.000 € a alguien y pedir la devolución de sólo 950 € (95% del valor original) dentro de un año que guardar este dinero y perder 120 € por oxidación. Esta lógica hará que los ricos en moneda oxidable inviertan en proyectos que mantengan su valor a largo plazo. Como muestra la metáfora

del pino y del roble (2.3.5), el roble (inversión a largo plazo) valdrá mucho más que el pino (inversión a corto plazo).

3.2.3. Devaluación del capital social (cohesión social)

El sistema monetario actual no fomenta la cohesión social debido a que su propia escasez genera competencia entre los actores económicos. Este fallo podría ser corregido con otros medios de intercambio que permitan ganar al ofrecer bienes y/o servicios para el bienestar de los vecinos y/o de toda la comunidad, lo que requiere un diseño adecuado que le permita funcionar de esta manera. Se recomienda elaborar sistemas de intercambio que incentiven actividades que fortalezcan la cohesión social. Lietaer et al. (2012) señalan algunas propuestas para impulsar comportamientos favorables a este fin.

3.3. Oxidación

La oxidación es una reforma monetaria propuesta por el empresario y economista alemán Silvio Gesell (1862 – 1930) en su obra *El Orden Económico Natural* (1916). En su juventud Gesell pasó dos años en Málaga donde aprendió el castellano y viajó a Buenos Aires en 1887 para ayudar en el comercio de su hermano. Sobrevivió la crisis económica que acosó el país sudamericano en la década 1890 mientras que veía que se cerraban otros comercios debido a la alternancia brusca de deflación e inflación, lo que le motivó a dedicarse a estudiar la teoría monetaria.

Gesell propuso dos reformas económicas. La primera es la nacionalización de todas las tierras y cobrar rentas para redistribuir a las madres con niños menores con el fin de que ellas pudieran dedicarse a su crianza (hoy en día podrían ser no sólo las madres también los padres los beneficiarios de esta redistribución de riqueza). Aunque parece comunista esta idea de no permitir la propiedad privada de tierras, esta misma política se llevó a cabo en Hong Kong, considerado como escaparate del capitalismo, donde todo el territorio pertenecía al Monarca Británico durante la época colonial. La devolución de la soberanía a la República Popular de China en 1997 no produjo ningún cambio en esta realidad y aún hoy en día el Gobierno de la Región Especial Administrativa de Hong Kong es el único propietario. De hecho, para el año fiscal 2016-2017 (de abril de 2016 a marzo de 2017) el gobierno regional prevé 67.000 millones de dólares de Hong Kong (unos 7.605 millones de euro) de ingreso como "premio de tierra" (Land Premium), o sea el alquiler de tierras que cobra a todos sus inquilinos. Si se pusiera en marcha la propuesta de Gesell para redistribuir este ingreso a todos los menores de 15 años (864.964 en 2015), cada uno recibiría 77.460 dólares (8.830 €) por año.

La segunda es la oxidación. Se trata reducir el valor del dinero atesorado con el paso del tiempo. Para ello, los billetes caducan periódicamente, obligando a que sus portadores compren sellos y se los peguen a fin de mantener su vigencia (véase 4.2.1).

Gesell (1916) propuso 0,1 % por semana de oxidación (5,2 % por año) mientras que algunas prácticas llevadas a cabo con posterioridad adoptaron otras velocidades (1 % por mes = 12 % por año en caso de Wörgl, Austria (4.2.1), 2 % por trimestre = 8 % por año o 3 % por semestre = 6 % por año en caso de Chiemgauer (4.2.4)). Se justifica esta pérdida paulatina del valor del dinero para acabar con el privilegio del dinero, ya que, por ejemplo, quien tiene un billete de diez euros está hoy en día en una posición superior al propietario de un restaurante que ofrece un menú de este valor y al operador de autobús que ofrece un viaje de ida y vuelta por este precio, porque el portador del dinero puede comer allí o viajar en autobús cuando quiera mientras que el bar no puede conservar la comida sobrante para los próximos días ni el operador de autobús puede guardar un asiento libre para el futuro. Esta situación asimétrica (los portadores de bienes y servicios están apresurados a venderlos mientras que los portadores del billete no se ven obligados a comprarlos de inmediato) permite que quien tiene dinero pueda abusar de su ventaja al cobrar tasas de interés a los prestatarios, generando todos los problemas que provienen de la existencia de las tasas de interés. La alternativa que propuso Gesell era *una separación completa y efectiva entre los medios de cambio y los de ahorro* (Gesell, 1916), o sea un sistema económico en que el efectivo sirviese exclusivamente como los medios de cambio mientras que se usasen otros bienes o préstamos sin tasas de interés como medios de ahorro. Su propuesta original es emitir esta moneda como dinero de curso legal (véase 4.7.2) sin aceptar monedas paralelas, argumentando que la posible creación monetaria por cualquier persona haría que el dinero sería *inútil* y presagiando el retorno al trueque (ibid.). No obstante, las prácticas llevadas a cabo hoy en día de oxidación han sido desarrolladas en el ámbito local o regional como MSCs (véase 3.1.1 y 3.1.2 para sus justificativas).

Es necesario distinguir entre la inflación y la oxidación: si bien ambos son mecanismos que erosionan el valor real del dinero, la inflación es el fenómeno económico por que suben los precios mientras que la oxidación es el vencimiento de la validez del dinero que puede ser recuperada mediante la compra de sellos, es decir pagar tasas de atesoramiento (ej.: un billete de 10 € caduca cada mes y se necesita comprar un sello de 0,10 € para revalidarlo). En el primer caso se desestabilizan los precios, pero la oxidación no está necesariamente acompañada de la subida de precios, aunque es posible que pase cuando se genere demanda excesiva que supere la capacidad productiva.

Por un lado, la inflación tiene efectivos nocivos para la economía. Keynes (1924) argumenta que la inflación *beneficia la nueva riqueza en detrimento de la vieja y redistribuye la riqueza en una manera muy perjudicial al inversor, muy beneficiosa al empresario, y a lo mejor, en condiciones industriales modernas, favorable para el conjunto de los trabajadores*, explicando que la inflación es injusta y frena el ahorro mientras que la deflación es inapropiada y dificulta la producción. Rabin (2004) señala que la inflación desalienta la formación del capital monetario y estimula la compra de otras propiedades.

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

Por otro lado, se espera la eliminación de la tasa de interés como una consecuencia importante de la moneda oxidable. Soddy (1934) prevé posibles efectos positivos con la caída o la desaparición de tasas de interés, aunque está contra esta propuesta porque *la gente trataría de rechazar a aceptarlo*, lo que en realidad no pasó en las experiencias reales. Rabin (2004) predice que la tasa de interés negativa estimularía que se endeuden los trabajadores jóvenes y que los trabajadores mayores presten dinero.

El modelo de negocio de la banca, sin embargo, no se ve afectada por la implementación de una moneda oxidable y puede seguir funcionando al aplicar tasas de interés diferentes, incluso las negativas. Si en el modelo del dinero convencional el depositario gana, por ejemplo, el 3% de tasas de interés anual mientras que la banca cobra el 7% por año a los prestatarios, el banco decide aceptar depósitos en moneda oxidable sin pagar tasas de interés y cobrar el 4% por año a los prestatarios, o aceptar depósitos con la comisión del 4% al año para no cobrar nada a los prestatarios. El banco puede ganar siempre y cuando exista una diferencia entre las tasas de interés que pagan los prestatarios y las que cobran los depositarios, y la diferencia puede ser entre el 7% y el 3%, entre el 4% y el 0% y hasta entre el 0% y el -4%.

Godschalk (2012) describe el ejemplo de cuatro monedas oxidables que circularon en diferentes partes de Estados Unidos (dos en California, una en Iowa y una en Oklahoma) para demostrar que estas monedas circularon entre 51,8 y 97,1 veces al año, aunque ninguna de estas experiencias duró 12 meses. A pesar de que estos billetes se oxidaban no con el paso del tiempo según Gesell (1916) sino al ser gastados, lo que no era teóricamente correcto porque el pensador de la libremoneda quiso castigar a los atesoradores del dinero mientras que estas monedas estadounidenses cobraban la comisión con el propio uso de la moneda, se constata que las monedas que perdían su valor paulatinamente circulaban mucho más rápido que el dólar (sólo 2,19 veces). En Europa hubo dos iniciativas destacables: Wära en Alemania y Certificado Laboral en Wörgl, Austria (véase 4.2.1).

Un hecho muy relevante a este respecto es que se practicaba esta oxidación para diferentes medios de intercambio interno descritos en 3.1.1, mucho antes de que Silvio Gesell la teorizase. Lietaer (2000) y Lietaer y Belgin (2012) explican cómo funcionaban estas sociedades cuando se usaban dos monedas (una para el comercio exterior y otra para el intercambio interno):

- **Europa en la Edad Media (Siglos XII y XIII, sobre todo entre 1150 y 1250):** diferentes monarcas en Inglaterra, Dinamarca, Hungría, Polonia y Francia emitían y retiraban monedas con cierto intervalo (cada 5 ó 6 años), cobrando la tasa de unos 25% a los portadores de la moneda para aumentar su ingreso. Como resultado se usaban las monedas no como medio de ahorro sino como el de intercambio y la gente gastaba o invertía

cuando tenía dinero. Había 90 días festivos oficiales al año, una persona común no trabajaba más que 4 días a la semana y sólo 6 horas por día. Aumentaban la producción, bajaban los precios y era habitual el consumo de diferentes tipos de carne. Era también la época de construcción masiva de catedrales (sólo en Francia se construyeron 80 catedrales durante esta época) que servían no sólo para ceremonias religiosas sino también para otros eventos más seculares, ya que estos edificios no pertenecían a la nobleza sino a la ciudadanía. La velocidad excesiva de oxidación en algunos casos y el proceso de centralización iniciado por Felipe IV de Francia, sin embargo, acabaron con la circulación de monedas regionales oxidables, empeorando la calidad de vida.

- **Egipto antiguo:** se usaban, como moneda interna, recibos de trigo almacenado que se devaluaban con el paso del tiempo para cubrir el costo del mantenimiento del producto depositado, mientras que se usaban metales para transacciones con Mesopotamia, Nubia y Grecia. Se destacaba este país por la abundancia de alimentos, prácticamente toda la población era alfabetizada, la gente trabajaba sólo 8 horas por día y 18 de cada 50 días consecutivos.

El mayor inconveniente que surge con la implementación de una moneda oxidable es la necesidad de comprobar la validez de cada billete y pegar sellos correspondientes periódicamente, pero el desarrollo de la TIC en los últimos años puede contribuir a superarlo: se trata de la implementación de una moneda oxidable totalmente electrónica en que se realiza la oxidación en una forma automática. El ordenador central tendrá las informaciones de todas las cuentas en esta moneda y periódicamente se realizará esta operación para disminuir cada saldo más minuciosamente para que la oxidación sea lo más proporcional posible con el tiempo. Además, la implementación de una moneda oxidable como moneda electrónica tiene otra ventaja desde el punto de vista de la Fórmula de Fisher (véase 3.2.1), ya que la facilidad de obtener cifras exactas de M (masa monetaria) y V (velocidad) concede al administrador monetario las manos libres para estabilizar P (precios) mediante 1) el control de M (inyectar más cuando bajan precios y no sustituir más la moneda oxidada cuando suben) o 2) el control de V (acelerar la oxidación cuando bajan precios y ralentizarla cuando suben).

Quisiéramos terminar este capítulo con una reconsideración muy ambiciosa en torno a las funciones de dinero. Si bien suele creerse que el dinero tiene las cuatro funciones como hemos visto ya, no es necesario que siempre las tenga todas a la vez, además de la incompatibilidad entre *medio de intercambio* y *medio de ahorro*. No habría ahorro si todo el mundo gastase todo su ingreso mientras que no habría consumo si todo el mundo ahorrara todo el dinero ganado, y fluctúa la porción entre el gasto y el ahorro, desestabilizando la demanda. A esta altura merece la pena estudiar detalladamente los

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

gastos públicos en sentido amplio, incluso, entre otros, la hipotética renta básica, para determinar si se puede introducir una moneda oxidable (no atesorable que sirve sólo para intercambios) para cada objetivo.

Un ejemplo sobre el cual que valdría la pena realizar un profundo análisis son las pensiones que reciben los jubilados, porque tienen el objetivo de cubrir las necesidades vitales de los mayores que se han retirado del mercado laboral pero no las de que atesoren este dinero. Sería preferible, por lo tanto, que sean ofrecidas en moneda carente del ánimo de lucro, y en este sentido la oxidación jugará un papel importante, aunque se necesita examinar hasta qué porcentaje del importe se puede pagar en moneda oxidable, no sólo por el grado de aceptación en un país sino también por evitar inflación desencadenada por la masa monetaria excesiva.

Imaginemos el caso en que un país decida pagar pensiones en esta moneda electrónica oxidable. Los pensionistas empiezan a cobrar en esta moneda no atesorable y se ven obligados a gastarla cuanto antes mientras que al mismo tiempo se permite pagar la cuota de la seguridad social y la de autónomos en dicha moneda. Si la aceptación en el pago de impuestos hace que la moneda sea aceptada de forma universal (Lietaer et al., 2012), la posibilidad de cotizar a la seguridad social, otro servicio fundamental del estado, dotará el mismo status a esta moneda oxidable. Además, las pensiones se retirarán de circulación constantemente, lo que impide la inflación que podría generar el exceso de la masa monetaria.

Este esquema cambiará radicalmente el sistema de seguridad social, ya que se eliminará la posibilidad de que intervenga el interés capitalista de acumular la riqueza. A nadie le importa que esta moneda sea oxidable y por ende no atesorable, porque:

- Los pensionistas quieren que su ingreso mensual sea asegurado
- A los contribuyentes (trabajadores y corporaciones) no les importa el medio de pago de la seguridad social (moneda convencional atesorable o moneda oxidable no atesorable) siempre y cuando puedan pagar la cuota
- El estado sólo gestiona el sistema sin ánimo de lucro

Habrán otros ámbitos del sector público en que se pueda aplicar la misma lógica. Sería importante examinar cada caso para aumentar el uso de monedas libres de la creación bancaria.

3.4. Dinero mensual

Davies (2014) desarrolla su propia propuesta, basada en la moneda oxidable de Gesell y la Reserva 100%, denominada *dinero mensual (One-month Money)*. La concepción de esta reforma monetaria proviene de sus críticas al dinero como medio de atesoramiento,

a la reserva fraccionaria, a la inflación y al cambio de divisas, y su primera etapa es la implementación de Reserva 100%, seguida por la circulación del dinero mensual que está sólo permitido a gastar una vez al mes. Los trabajadores que reciben el salario el primer día del mes se ven obligados a gastarlo o depositarlo en un banco antes de finales del mes, o caduca el dinero y se pierde el 100% del valor. El comercio que recibe este dinero necesita esperar hasta el primer día del mes siguiente, ya que el dinero *gastado* no puede volver a circular hasta que comience el nuevo mes y se considere ese dinero como *no gastado*. El banco central se liberará de su función de fijar la tasa de interés, ya que la banca privada se encargará de ello en base a la demanda y la oferta de dinero bajo la lógica del mercado. El banco central recuperará el valor caducado del dinero y lo transferirá a la clase más marginada o al Estado.

Sin embargo, limitar la frecuencia de cada circulante a una vez por mes generará diferentes problemas:

- El propio salario que cobra el trabajador al inicio del mes no puede ser gastado durante el mes, porque se considera como *gastado*.
- La obligación a esperar hasta el nuevo mes es muy inconveniente para los comercios que necesitan pagar a sus proveedores inmediatamente. Por lo tanto, el PIB se limita a 12 veces de la masa monetaria. Dicho de otro modo, es imprescindible poner en circulación una cantidad equivalente a un duodécimo del PIB si quiere mantener el mismo tamaño de la economía.
- La invalidación completa del dinero no gastado, equivalente al 100% de oxidación por mes, plantea la posibilidad de que la tasa de interés en el banco sea muy negativa (como el 20%/año) en el caso de mucha escasez de demanda por préstamos.

3.5. Reserva 100% (Chicago Plan)

En esta sección se describirán una serie de propuestas en torno a la recuperación del poder del Estado a emitir la moneda y obligar que la banca privada tenga el 100% de reserva. Merece la pena empezar esta sección por reseñar que la Sección 8 de la Constitución de Estados Unidos permite que el Congreso *acuñe la Moneda, regule su valor y el de Moneda extranjera, y fije el estándar de Pesos y Medidas*.

3.5.1. La idea original de Chicago Plan

La primera ola de estas propuestas está denominada como Chicago Plan que surgió en la década 1930, en el contexto de la Gran Depresión. Soddy (1933), en el contexto de la Gran Depresión, propone una reforma monetaria que consiste en: 1) permitir que el Estado emita una cantidad suficiente de dinero para cancelar todas las deudas privadas

y 2) obligar a los bancos a tener el 100% de reserva en efectivo, aunque queda por resolver el desafío de cómo evitar la depreciación del dinero y el de cómo mantener activo tanto el capital como el trabajo e insinuando como clave la distinción entre *préstamos genuinos y ficticios*. En este esquema los bancos seguirán ejerciendo su negocio tradicional de ser el intermediario entre depositarios y prestatarios después de ser saneados de sus créditos insolventes. Soddy (1934) propone que se emita *dinero a cambio de la hipoteca de los prestatarios* y también a cambio de la deuda pública para liberarse de sus obligaciones de pagar tasas de interés. El emisor no será la Hacienda sino una Oficina Estadística para evitar que aquella sección del gobierno no caiga en la tentación de maximizar el señoreaje, definido como *ingreso que uno obtiene por poder inducir los participantes del mercado a emplear sus propias obligaciones como moneda* (Greenspan, 1996). Soddy (1934) dice como sigue:

(L)o que la nación necesita no son más créditos a los productores sino más dinero para los consumidores, y la manera correcta de emitirlo (el dinero) es como alivio a los contribuyentes en general.

Un apunte relevante de Soddy (1934) es salir del esquema convencional en que el dinero se pone en circulación siempre como crédito bancario, o sea exclusivamente a aquellos individuos / empresas capaces de realizar actividades económicas, sin ayudar que la economía en general adquiera el poder adquisitivo para comprar precisamente los productos / servicios ofrecidos por estos actores económicos.

3.5.2. “Teoría Monetaria Moderna” o los chartalistas

Otra corriente con visión similar a pesar de algunas discrepancias epistemológicas es el *chartalismo* (del latín “*charta*” que significa “ticket” o “ficha”), o lo que se denomina como “Teoría Monetaria Moderna”. Su teoría consiste en reconocer exclusivamente el dinero *fiat* creado por el Estado, rechazando considerar todo el dinero creado por la banca privada por carecer de existencia permanente. Knapp (1924) demuestra la posibilidad de la creación monetaria libre del patrón metálico, enfocándose en su carácter como *medio de pago* y el derecho de cada Estado a designar cualquier cosa como tal sin necesitar reservas de oro o plata como era la costumbre en aquel entonces. Se define, por lo tanto, el chartalismo como pensamiento económico que usa “*chartae*” en vez de piezas de metales preciosos como medio de pago y el dinero como *un medio chartal de pago*.

Tymoigne y Randall (2013) comienzan por definir gobiernos monetariamente soberanos como aquellos que *pueden emitir su propia moneda para lograr compromisos*

denominados en su propia unidad de cuenta, haciendo hincapié también la *restricción autoimpuesta sobre sus operaciones presupuestarias que pueden saltarse al cambiar las reglas*. En este esquema, el dinero estaría creado exclusivamente por el Estado al pagar bienes, servicios, inversiones y transferencias públicas, y destruido por el mismo al cobrar impuestos. Por lo tanto, el Estado podría controlar completamente la masa monetaria.

Hemos de indicar que la suposición chartalista no reconoce el hecho de que hoy en día la gran mayoría de la masa monetaria está creada por la banca privada. Pese a que los saldos en las cuentas bancarias carecen del carácter *de jure* del dinero de curso legal, funcionan *de facto* del mismo modo que los billetes emitidos actualmente por los bancos centrales o, con la puesta en marcha de la reforma monetaria, por la Hacienda de cada país. Si hoy en día el Banco de Inglaterra admite que no puede controlar la masa monetaria, la transferencia del poder desde el Banco Central al Ministerio de Hacienda no cambia nada de esta estructura. Argumentan también los chartalistas que la inflación es resultado del desequilibrio entre el egreso (gastos) y el ingreso (impuestos) del Gobierno, lo que no siempre es verdad desde el punto de vista de Walras basado en el incremento de la demanda y/o la disminución de la oferta. En un país donde crece tanto la población como el PIB per cápita, se necesita más liquidez para que haya suficiente medio de intercambio e impedir que su falta frene la economía y en este modelo será imprescindible que el Gobierno gaste más para inyectarla. Además, la elaboración del balance que pone las propiedades físicas del Estado como activos puede causar la confusión de que el mismo las posee como respaldo para la moneda puesta en circulación, ya que, como explica el propio proceso de su destrucción, es más apropiado decir que esta moneda está respaldada con la obligación de la ciudadanía a pagar impuestos.

AMI Research (2012) critica la visión de la Teoría Monetaria Moderna, señalando sus cuatro conceptos equivocados como siguen:

1) **El gobierno crea dinero cuando gasta, y puede crear tanto como quiera la sociedad:** la emisión de billetes y monedas del dólar estadounidense por parte de la Reserva Federal no tiene nada que ver con el gasto del gobierno.

2) **No se gastan los impuestos sino literalmente se queman:** la Hacienda estadounidense publica el balance cada día, comprobando que tiene dinero en su cuenta en la Reserva Federal.

3) **No se usan los bonos del gobierno para su gasto, sino para ayudar la Reserva Federal:** sí se usa el dinero que obtiene el gobierno para sus gastos.

4) **Ahora, el gobierno puede crear dinero para el pleno empleo y la estabilidad de precios:** falso. No es el gobierno sino la banca privada que crea dinero.

3.5.3. Avances en los últimos años

Después de décadas de olvido, se ha reavivado esta teoría en los últimos años. Huber y Robertson (2000) proponen la emisión del dinero oficial por el banco central como concesión gratuita en vez de préstamo al gobierno del país (o a los gobiernos participantes en caso del Banco Central Europeo), dejándoles a los gobiernos a disfrutar este señoreaje. Stiglitz (2003) recomienda al gobierno japonés la emisión de dinero como medida contra la tendencia deflacionaria que sufría este país. Krugman (2012) también explica que la falta de liquidez es la causa principal de la crisis económica actual, señalando la posibilidad de que se emita más dinero como solución.

Zarlenga (2002) también tiene una propuesta similar para Estados Unidos que consiste en los siguientes tres pilares: 1) nacionalización de la Reserva Federal¹⁹ y su conversión en el cuarto poder del gobierno, 2) Fin de la reserva fraccionaria e institución de la Reserva 100% y 3) Institución de programas anti-deflacionarios (permite que el gobierno inyecte dinero para la reconstrucción de la infraestructura, para la seguridad social y para el sistema nacional de salud). Sin embargo, admite también cuatro obstáculos contra la realización de tal reforma monetaria: 1) la banca y medios de comunicación (porque esta reforma les quitaría sus privilegios), 2) pobre pensamiento económico y monetario (inmadurez de reflexiones en torno al sistema monetario), 3) capitalismo laissez-faire, propuesto por la filósofa y escritora Ayn Rand (1905 – 1982) y la teología libertaria de libre mercado (tendencia a minimizar injerencias gubernamentales, sin llegar a ser anarcocapitalista) y 4) peligros a la libertad ciudadana desde la “Guerra contra el Terrorismo” (temor a que la tendencia de la sociedad estadounidense en aquel entonces acabaría con convertirse en un estado policial).

Yamaguchi²⁰ (2013) también se suma a esta corriente con la denominación de *public money* (dinero público). Parte de la idea de que la codicia es el motivo que impulsa la creación monetaria por los banqueros, presenta la tendencia inflacionaria y la disparidad en la redistribución de ingreso como consecuencias de este sistema monetario y explica que su propuesta podrá controlar la codicia de los banqueros, además de evitar el aumento de la disparidad. Compara también la insostenibilidad de la moneda actual creada como crédito bancario (que requiere que haya cada vez más créditos concedidos para que haya suficiente masa monetaria para devolver la deuda) con la sostenibilidad de este “dinero público” que liberará los Estados de su deuda, además de pronosticar la

¹⁹ El Sistema de Reserva Federal está compuesto de 12 bancos regionales de Reserva Federal que emiten acciones, lo que significa que el banco central de Estados Unidos es de propiedad privada.

²⁰ Vale la pena destacar que Yamaguchi fue invitado al Parlamento de Estados Unidos en 2011 para presentar su propuesta de reforma monetaria.

reducción de tasas de interés que deben pagar los consumidores y los productores a la banca.

Pero el movimiento más influyente en términos de la Reserva 100% es *Positive Money*²¹, un movimiento que se define forma en 2010 en Reino Unido por la New Economics Foundation²², que luego llegó a impactar otros países europeos a través de la red *International Movement for Monetary Reform*²³, a que pertenece *Dinero Positivo*²⁴ de España. Su propuesta consiste en la abolición de la creación monetaria como crédito bancario y en su sustitución con la nueva emisión de moneda controlada directamente por el Banco Central u otra entidad similar con el fin de desvincular la oferta de la masa monetaria del negocio lucrativo de los bancos comerciales (véase 2.2.1). Y el movimiento cuenta con la participación de Martin Wolf, principal comentarista de *The Financial Times*²⁵.

Dyson et al. (2014) presentan su propuesta de *moneda soberana* que consiste en dispoeser a la banca privada de su capacidad de crear dinero y transferirla, no a los políticos para evitar el conflicto de intereses, sino al Comité Monetario Nacional que se establecerá dentro o fuera del Banco de Inglaterra. Los consejeros en esta institución no podrán beneficiarse de sus propios actos, o sea este Comité decide la cantidad de liquidez inyectada pero su uso será determinado por el gobierno formado mediante procesos democráticos. El gobierno tendrá la libertad de gastar la nueva liquidez inyectada para una o más opciones:

- Para financiar su gasto adicional
- Para bajar impuestos
- Para dar dinero directamente a sus ciudadanos
- Para cancelar deudas nacionales

Con esta reforma se crearán dos tipos de cuenta bancaria: la de transacción que tiene sólo la función de pago (similar a la cuenta corriente) y la de inversión a la que los

²¹ <http://www.positivemoney.org/>

²² <http://neweconomics.org/>

²³ <http://internationalmoneyreform.org/>

²⁴ <http://www.dineropositivo.es/>

²⁵ Su columna titulada *Strip private Banks of their power to create money* (Quitamos a la Banca el poder de crear dinero) fue publicada en *The Financial Times* el 25 de abril de 2014. Más informaciones: <http://www.positivemoney.org/2014/04/strip-private-banks-power-create-money-financial-times-martin-wolf-endorses-positive-moneys-proposals-reform/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

Capítulo 3: reformas para construir sistemas monetarios sostenibles que fomenten la ESS

depositarios transfieren su dinero desde la de transacción para poder obtener intereses, corriendo el riesgo de perder su dinero en caso de la bancarrota. Pero cabe destacar que, como diferencia fundamental, con este nuevo sistema, la banca privada ya no tiene la capacidad de crear dinero sino sólo invertir dinero desde las cuentas de inversión a las de los prestatarios. Ya no es necesario que el gobierno garantice los depósitos en las cuentas de transacción, porque por su propia naturaleza es imposible que se pierda este dinero con la crisis bancaria. Cada banco necesitará realizar esfuerzo para atraer más dinero en las cuentas de inversión, y curiosamente, este sistema que no permite inversiones sin riesgo se asemeja a la banca islámica (véase 2.2.3). Veremos, a continuación, las ventajas previstas con la implementación de esta reforma:

- **Creación de un sistema bancario mejor y más seguro:** se separa entre un sistema de pago (cuentas de transacción) e inversiones arriesgadas.
- **Aumento de la estabilidad económica:** la creación monetaria será contracíclica.
- **Reducción de la dependencia en la deuda:** Se sustituirá la moneda convencional emitida como crédito con la moneda soberana emitida.
- **Apoyo a la economía real:** la inyección de la liquidez a través del gasto público en vez de fines especulativos dará más impacto al PIB.
- **Política monetaria más eficaz:** se dará fin a la creación monetaria por la banca privada y el comité monetario podrá controlar la cantidad exacta de la masa monetaria.
- **Mejor financiación al gobierno:** el señoreaje dará mucho más poder adquisitivo al Tesoro nacional.
- **Lucha contra viviendas no asequibles:** la prohibición de la creación monetaria por la banca privada para fines especulativos bajará el precio de la vivienda.
- **Ralentización del aumento de desigualdad:** la desaparición de la deuda pública permitirá que el gobierno gaste sus recursos para mejorar la calidad de vida de los más pobres.
- **Fortalecimiento de la democracia:** se formará el Comité Monetario mediante procesos democráticos para tomar decisiones sobre la creación monetaria, libre de la banca privada interesada en la maximización de su propio lucro.

Felber (2014) muestra su consenso hacia esta iniciativa y añade algunos puntos.

- **Control más eficaz de la masa monetaria:** la entidad gestora tendrá el control completo de la cantidad del dinero de curso legal sin que interfieran los bancos comerciales que ya no podrán inyectar su dinero bancario.

- **Retribución del señoreaje al bien común de la colectividad:** como entrará en circulación el dinero como gasto público, se beneficiará al bienestar de la población en su conjunto.

Van Lerven (2015) propone la inyección directa de la liquidez a la economía real para solucionar la crisis que la Eurozona viene atravesando desde 2007. Se prevé que la inyección directa de la nueva liquidez a la economía real sin endeudar a nadie beneficiará toda la economía nacional, y se presentan dos posibles escenarios:

- **Para aumentar el gasto público:** se transferirá este nuevo dinero creado al Estado para financiar diferentes proyectos del gobierno, por ejemplo, construcción de nuevas infraestructuras.
- **Para ofrecer el dividendo ciudadano:** la dudosa teoría de “trickle-down” se basa en la suposición de que la clase pudiente gaste todo el ingreso incrementado para que este poder adquisitivo llegue al resto de la población, lo que no sucede en muchas ocasiones, pero esta medida otorga la liquidez a los menos favorecidos, con más propensión a gastarla y por lo tanto a estimular la economía.

Otros investigadores muestran su consenso con esta propuesta: en primer lugar, Benes y Kumhof (2013) resumen la propuesta de Fisher (1936) en las siguientes cuatro ventajas, constatándolas con las siguientes explicaciones:

- **Mejor control sobre los altibajos de la concesión de crédito, hoy en día causados por la banca privada:** la separación entre la creación monetaria y la concesión de créditos permitirá que la masa monetaria sea controlada más fácilmente, estabilizando la economía.
- **Eliminación total del pánico bancario:** la reserva completa en moneda de curso legal garantizará la capacidad de los bancos a devolver todos los depósitos sin problema, dando alivio a todos los depositarios.
- **Reducción de la deuda pública:** la Reserva 100% obliga a la banca a *pedir reservas prestadas a la Hacienda para respaldar* todos sus pasivos, y como consecuencia *el gobierno adquiere una propiedad muy grande frente a la banca*, lo que cancelaría toda la deuda.
- **Reducción de la deuda privada:** el gobierno puede optar por comprar las deudas de las empresas privadas cuando sobra el dinero disponible.

También, se puede destacar, como ventajas de esta reforma, el estrecho vínculo entre la creación monetaria y el estímulo de las actividades económicas, Benes y Kumhof (2013) formula esta relación con las siguientes palabras:

(D)e ahí que se alentaría en general el crédito bancario para fines productivos (especialmente el crédito para la fabricación e industrias de exportación), mientras que se desalentaría el crédito no productivo (especialmente el crédito para transacciones financieras y de propiedades, incluso muchas transacciones inmobiliarias).

Será preciso que la entidad encargada de la creación monetaria esté siempre atenta a los movimientos de precios de los inmobiliarios y también a otros indicadores relacionados a las fluctuaciones de los precios.

No obstante, esta operación necesita ser implementada meticulosa y paulatinamente para evitar inflación: la cancelación masiva de deuda pública y privada reducirá enormemente la demanda y es posible que a corto plazo bajen los precios debido a la condonación de la deuda (véase 2.3.2), pero el incremento de la demanda de bienes y servicios, como consecuencia del aumento del ingreso disponible, puede empujar los precios. Por lo tanto, es imprescindible examinar las fluctuaciones de los precios además de la cantidad total de deuda para poder inyectar más liquidez sin generar inflación.

Huber (2017) señala tres prerrogativas para que un estado consiga emitir su dinero soberano, de las cuales se mantiene en la actualidad sólo la primera:

- a. *Determinar la moneda oficial*
- b. *Crear y emitir el dinero*
- c. *Recibir el señoreaje*

3.5.4. Reacciones por diferentes gobiernos

Reino Unido es el primer país que ha respondido positivamente a esta propuesta. Cabe mencionar McLeay et al. (2014a) e ibid. (2014b), dos artículos publicados en el mismo boletín del Banco de Inglaterra, y el debate realizado en la propia Cámara de los Comunes el 20 de noviembre de 2014 (Parlamento Británico, 2014) en que diputados de diferentes partidos expresaron sus preocupaciones con el sistema actual, no sólo la creación monetaria por la banca para fines lucrativos sino también la concentración de la riqueza, problemas con la expansión cuantitativa e inyección excesiva de crédito bancario.

Islandia es otro país donde el propio gobierno ha preparado un informe sobre la Reserva 100% como Sigurjonsson (2015), comisionado por el Primer Ministro de Islandia,

en que se propone la restauración del poder exclusivo del banco central a crear *Dinero Soberano*, consensuando en principio esta propuesta de inyección monetaria por el Comité Nacional, enunciando, como ventajas de esta reforma, las siguientes:

- El Banco Central podrá controlar toda la cantidad de la masa monetaria directamente
- Se podrá inyectar liquidez a la economía nacional sin endeudar a nadie
- Se reducirá el riesgo de que se abuse el poder de la creación monetaria para incrementar lucros personales
- La creación monetaria beneficiará el Estado y la sociedad en general en vez de la banca
- Se cancelará una buena parte de la deuda pública con esta transición
- La disminución de la deuda en la sociedad en general reducirá el riesgo de insolvencia y de la inestabilidad financiera, bajando las tasas de interés y atrayendo inversores extranjeros
- Los bancos ya no necesitarán contar con el seguro de depósito y podrán bajar las tasas de interés a los prestatarios
- Los sistemas de pago serán inmunes de la insolvencia de algunos bancos privados

Otros países también han hecho actividades que se muestran a continuación:

- **Finlandia:** hubo un debate parlamentario el 16 de junio de 2016.
- **Países Bajos:** el parlamento tuvo debates el 14 de octubre de 2015²⁶ y el 16 de
- para adoptar mociones con el fin de investigar cómo se crea el dinero²⁷.
- **Suiza:** se realizará un referéndum sobre la posible prohibición de creación monetaria por la banca privada.

Además, 18 eurodiputados firmaron una carta abierta para pedir que el Banco Central Europeo estudie la viabilidad e implementación del dinero de helicóptero, una forma de poner en marcha la Reserva 100%, para inyectar liquidez a toda la población europea y

²⁶ <http://positivemoney.org/2016/01/dutch-parliament-hearing-about-money-creation-sparks-debate-in-the-netherlands/>

²⁷ <http://positivemoney.org/2016/03/dutch-parliament-adopts-motion-to-investigate-money-creation/>

esta carta fue entregada el 17 de junio de 2016²⁸. Mario Draghi, gobernador del Banco Central Europeo, publicó una carta el 29 de noviembre de 2016²⁹ para responder al eurodiputado Jonas Fernández sobre el dinero del helicóptero, aclarando que no se aplica la prohibición de financiación directa a los gobiernos, pero al mismo tiempo insinuando otras *complejidades legales*.

Es posible que, debido a la similitud de esta propuesta con la banca islámica, algunos países musulmanes muestren interés en esta reforma monetaria, ya que la actual debería ser *harem* (ilegal) al aplicarse la sharia.

3.5.5. Críticas a la reforma monetaria

Esta propuesta, sin embargo, no está libre de imperfecciones. Mouatt (2010) muestra su escepticismo sobre tales reformas debido al riesgo moral (*falta de sanciones adecuadas para mitigar el gasto irresponsable o el despilfarro por el Estado*). Walsh (2010) alerta que el señoreaje, o sea déficit del gobierno, causa inflación posteriormente. Es imprescindible tener en cuenta, no obstante, que esta moneda soberana no es como la deuda pública que necesita ser cancelada sino la liquidez inyectada en cantidad suficiente por el gobierno con el fin de lograr una economía estable (ni inflación ni deflación) y que existen otros mecanismos para controlar la cantidad de esta moneda, es decir la masa monetaria.

King (2016), aún reconociendo el riesgo innato de la reserva fraccionaria, señala motivos de la inviabilidad de la Reserva 100% como 1) la transición hacia 100% reserva *podría ser perjudicial, al forzar una costosa reorganización de la estructura y del balance de las instituciones existentes*, 2) la separación entre las cuentas bancarias de transacciones y las de inversiones *niega la posibilidad de explotar los potenciales beneficios económicos derivados de permitir que los intermediarios financieros exploren y desarrollen formas diferentes de vincular a ahorradores* y 3) *es imposible que el mercado provea aseguramiento contra todas las posibles contingencias*, proponiendo redefinir el papel de los bancos centrales como *'empeñista' para todas las estaciones*, o sea *alguien que está dispuesto a prestarle a casi cualquiera que deje en prenda una garantía que cubra el valor del préstamo*, en unos 10 a 20 años. Sin embargo, se puede superar 2) cuando los bancos desarrollan productos atractivos que animen a los ahorradores a invertir y se

²⁸ Fuente: http://www.qe4people.eu/open_letter_to_the_ecb (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

²⁹ Fuente: http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/161129letter_fernandez.en_en.pdf?488bffc33c9de0426f3a59ca5a2e703c (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

puede refutar a 3) por demostrar la posibilidad de crear otros productos financieros que superen esta dificultad.

Lietaer et al. (2012) presentan cinco motivos en contra de esta propuesta:

1. La sustitución de un monocultivo (moneda emitida como crédito bancario) por otro monocultivo (moneda emitida por una entidad gubernamental) no aumenta la resiliencia del sistema monetario.
2. La Reserva 100% sirve para evitar la crisis bancaria y la del bono soberano, pero no la monetaria (devaluación de divisas)
3. La creación monetaria por el Estado puede generar hiperinflación.
4. Este modelo es políticamente inviable, ya que los lobbyistas harán todos sus esfuerzos para impedir la aprobación de esta propuesta que amenazaría su poder y su modelo de negocio.
5. Existe demasiados riesgos al ser implementado como un proyecto nacional (supranacional en caso de Euro).

Se puede sintetizar a las oposiciones ya mencionadas en las siguientes formas: la primera oposición no supone impedir que haya otros sistemas monetarios y todavía será posible implementar MSCs para complementar necesidades todavía insatisfechas tras la reforma monetaria realizada. La segunda oposición no significa que la moneda convencional sea mejor que la reformada, ya que existe el mismo riesgo de crisis monetaria en ambos sistemas, aunque la Reserva 100% es superior gracias a su capacidad de superar otros tipos de crisis.

La tercera oposición es real (véase 3.2.1 sobre la hiperinflación en Zimbabue) y es necesario tomar medidas adecuadas, o sea incluir la estabilidad de los precios en las emisiones del banco central, además de la separación entre el poder crear dinero y el poder gastarlo, a la vez que la inyección de liquidez suficiente para la liquidación de deudas.

La cuarta oposición es irrelevante, ya que los propios gobiernos y bancos centrales están mostrando cada vez más interés en implementar esta política. Y la última inquietud puede ser superada cuando se implemente esta reforma paulatinamente, como arriba se ha mencionado.

Segunda Parte: prácticas de MSCs. ¿Qué valores ofrece cada MSC?

Capítulo 4: tipología de MSCs

*"No existe territorio pobre,
No existe barrio pobre,
No existe municipio pobre.
Existen territorios, barrios y municipios
que se empobrecen
porque pierden sus ahorros locales."
(Joaquim Melo,
fundador del Banco Palmas
en Fortaleza, Brasil)*

En los capítulos anteriores hemos visto qué problemas tiene el sistema monetario actual y cómo abordarlos con el fin de transformarlo en algo justo y sostenible. La diversidad de MSCs es a la vez una riqueza y un trastorno, que permite abordar su adaptación a distintos escenarios al tiempo que complica su análisis. Algunos diseños son adecuados para ciertos fines mientras que son poco atractivos o hasta inútiles para unos determinados actores socioeconómicos, lo que obliga a cada comunidad a elegir el diseño más adecuado para satisfacer sus propias necesidades.

El análisis en capítulos anteriores sirve para determinar qué valores pueden aportar las MSCs a sus usuarios. Los cinco fallos estructurales investigados en el Capítulo 2, las recetas para corregirlos en 3.2 y la oxidación en 3.3 son puntos de partida para definir específicamente el impacto que pueden tener las MSCs. Ahora hace falta constatar si la economía real está en las condiciones para las que estas monedas pretenden dar respuesta o si las hipótesis que se plantean no están basadas en la realidad. El objetivo de este capítulo es, por lo tanto, ofrecer descripciones amplias, aunque lejos de ser completas, de varias MSCs existentes y, a partir de ahí, inducir sus ventajas analizando los impactos positivos constatados empíricamente.

Se inicia con la clasificación de estas MSCs en seis subcategorías, distinguiendo el tipo de respaldo: respaldo con dinero oficial (4.2), respaldo con otros bienes y/o servicios (4.3), crédito mutuo (4.4), monedas emitidas como crédito bancario (4.5), monedas *fiat* (4.6) y monedas emitidas por entidad pública (4.7), agrupadas a su vez en cuatro categorías

(bienes y/o servicios, crédito mutuo, deuda y nada), con el fin de aclarar los valores ofrecidos. Los epígrafes 4.2, 4.3 y 4.5 tratan de monedas que tienen algo económicamente medible como respaldo, mientras que el crédito mutuo (epígrafe 4.4) está basada en los productos y los servicios que ofrecen otros socios del sistema. Las monedas emitidas como crédito bancario obligan a que los prestatarios las reciban con el fin de poder devolverlas dentro del plazo predeterminado, mientras que las monedas *fiat* siguen circulando sin ser retiradas. Por último, se realiza una comparación entre diferentes categorías para destacar sus ventajas y desventajas.

4.1. Tipología de MSCs

Podemos comenzar por clasificar distintos modelos de MSCs a partir de su propio respaldo, o lo que es lo mismo, la forma de crear y emitir MSCs, pues cada uno tiene sus ventajas y desventajas. Como se aprecia en la Tabla 2, se pueden distinguir cuatro tipos de respaldo, de los cuales “bienes y/o servicios” pueden ser clasificados aún más en tres subcategorías:

Tabla 2: Clasificación de respaldos

Tipo de respaldo	Subcategoría	Ejemplos
Bienes y/o servicios	Respaldo con dinero oficial	Chiemgauer, SOL-Violette, Banco Palmas
	Respaldo con otros bienes y/o servicios	Banco de horas comunitario, Terra
	Pago de impuestos	Moneda nacional oxidable (Gesell, 1916), moneda por el Comité de Creación Monetario (Jackson y Dyson, 2012)
Transacción (crédito mutuo)	Crédito mutuo	LETS (CES), Trocobuy
Deuda	Emisión como crédito	Euro, WIR, Chiemgauer
Ninguno	<i>Fiat</i>	Ithaca Hours, Club de trueque

Fuente: Wild (2011) y elaboración propia por el autor.

El primer tipo de grupo, clasificado a su vez en tres subcategorías, tiene algo tangible como respaldo. Se emiten MSCs respaldadas con dinero oficial cuando alguien (principalmente los consumidores) lo ingresa a la administración y son normalmente reembolsables que lo necesitan para pagar a sus proveedores externos de la comunidad.

Las de la segunda subcategoría se ponen en circulación cuando se entrega algún producto como respaldo, de ahí que es esencial que los usuarios conozcan el repertorio de productos depositados para decidir si aceptan o no estas monedas. Y en la última subcategoría se presentan iniciativas de monedas emitidas por entidades públicas (estados, provincias y municipios) que pueden ser utilizadas en último término para el pago de impuestos. Como los impuestos son obligaciones universales de todos los actores económicos, no solamente de los individuos sino también de las sociedades corporativas, cooperativas etc., se puede esperar que se logre un alto nivel de aceptación.

El segundo tipo funciona con la garantía de que otros socios del sistema están dispuestos a ofrecer sus propios productos y/o servicios, pero a diferencia de las anteriores, estos productos y/o servicios no necesitan estar ya depositados sino se considera que el saldo negativo de algunos usuarios es su compromiso a ofrecer productos / servicios equivalentes en el futuro. Por ejemplo, un panadero puede gastar en esta MSC hasta el saldo máximo permitido, siempre y cuando esté dispuesto a ofrecer sus productos, en este caso su pan, para cancelar lo que le debe al resto de la comunidad de la MSC. La posibilidad de liquidar con productos y/o servicios reduce el riesgo de insolvencia, contribuyendo a la estabilidad de este sistema de intercambio.

El tercer tipo sigue la fórmula del dinero oficial que es la creación monetaria como deuda, pero se supone que tiene la capacidad de paliar los efectos adversos del sistema monetario actual en cuando a la sostenibilidad. Hemos visto en 2.3.1 que la creación monetaria es procíclica debido al afán de la banca comercial de maximizar el lucro, por lo que se puede liberar de este círculo vicioso siempre y cuando la creación de dinero mediante crédito esté gestionada por entidades ajenas a la lógica del capitalismo. Si bien existen pocas experiencias en esta categoría, su relevancia es trascendental.

El último tipo se crea como *fiat*, o sea como algo que carece de respaldo en la economía real. Estas monedas son obsequiadas por los gestores de la MSC con el fin de inyectar liquidez en la comunidad local y gozan completamente de la libertad de saltar cualquier requisito que exigen otros modelos, pero la ausencia del mecanismo para retirar esta moneda de la circulación genera el riesgo de la sobreemisión e inflación o el de estancamiento (véase 4.6).

Huelga decir que diferentes soportes para el valor de la MSC generan sus propias reglas de juego. Vamos a ver, a lo largo del resto del capítulo, el funcionamiento y las características de cada modelo.

4.2. MSCs respaldadas con dinero oficial

La primera categoría abarca aquellas iniciativas que emiten MSCs con la garantía de que son reembolsables en moneda oficial (euro, dólar estadounidense, libra esterlina...). Son sistemas diseñados para suplir la insuficiente circulación de la moneda oficial dentro de una determinada zona geográfica o para poner ciertos obstáculos a la fuga del poder adquisitivo en dicha área. Algunas iniciativas cobran comisión al canjear la MSC en este medio oficial de intercambio con el fin de maximizar el efecto multiplicador del dinero dentro de la comunidad, mientras que otras permiten la paridad uno a uno, siendo el mismo trámite el único obstáculo en la reconversión. Blanc y Fare (2014) denominan estas monedas como *ciudadanas y comerciales*, porque *son puestas en marcha localmente a partir de orientaciones y de decisiones tomadas, con una gran autonomía, por grupos de personas reunidas por su interés a estos proyectos. Además, tienen la vocación a ser aceptadas por establecimientos profesionales y son ancladas por una tasa fija al euro en que los profesionales tienen la posibilidad de convertirlas en ciertas condiciones.*

La ventaja general de estas monedas es la facilidad de ganar la confianza de los usuarios, porque su convertibilidad en moneda oficial facilita la aceptación por parte de las PyMEs locales que necesitan cubrir gastos no pagables en MSC. Normalmente el reembolso está limitado a las PyMEs y se les exige pagar una comisión para dificultar la salida del dinero del territorio.

Existen una cantidad de iniciativas que pertenecen a esta categoría, cada una con enfoque diferente. Se presenta aquí diez experiencias con diferentes enfoques socioeconómicos para revelar sus potenciales.

4.2.1. Wära (Alemania) y Certificado Laboral (Austria)

Wära y Certificado Laboral son dos iniciativas que prosperaron entre 1929 y 1933. Ambas eran monedas oxidables y consiguieron reavivar la economía local, aunque tardaron poco en ser prohibidas por la autoridad nacional.

Wära era una moneda oxidable creada por Hans Timm y Helmut Rödiger, dos gesellianos alemanes que quisieron practicar su teoría monetaria. Fundaron una sociedad de cambio en Erfurt para *luchar contra el estancamiento de ventas y el desempleo mediante la emisión de bonos de cambio*, respaldados con diferentes productos o hasta el marco alemán, llegando a tener mil empresas en toda Alemania que aceptaban este medio de intercambio, e incluso pagaban salarios, al menos parcialmente, en Wära. Se necesitaba comprar sellos del 1% del valor nominal cada mes para colocarlo sobre el reverso del billete (Foto 3). Esta iniciativa vio un salto cuando el propietario de una mina de carbón en Schwanenkirchen, Deggendorf, Baja Baviera consiguió obtener 50.000 Wära para pagar el 90% de salario en esta moneda a sus empleados, y se recuperó

la economía local de este pequeño pueblo bávaro gracias a este medio de intercambio con garantía de circulación permanente, hasta que esta iniciativa fuera prohibida por el Reichsbank a finales de 1931 (Onken, 1987).

La segunda iniciativa surgió en Wörgl, un pequeño pueblo en Tirol. Se implementó el 31 de julio de 1932 a iniciativa del propio alcalde Michael Unterguggenberger³⁰ que se había convertido en un seguidor del movimiento *Freigeld* (moneda oxidable: véase 3.3) y duró 13 meses hasta que se prohibió esta experiencia a petición del Banco Central.

El sistema funcionaba del siguiente modo: el propio Ayuntamiento emitía billetes de 1, 5 y 10 chelines y cada billete estaba respaldado con chelín austríaco equivalente que se depositaba en la cuenta bancaria del Ayuntamiento. Se pagaba en este Certificado Laboral el salario de sus funcionarios públicos, obras públicas etc. y se necesitaba comprar un sello del 1% del valor nominal (1, 5 y 10 groschen, respectivamente) y colocarlo cada mes (12% por año de oxidación) para volver a validar estos billetes.

Esta moneda contribuyó mucho a la recuperación económica del municipio: según Schwarz (1951), había 350 desempleados en un municipio de sólo 4.200 habitantes cuando se introdujo este medio de intercambio, y se redujo el paro en un 25% tras su puesta en funcionamiento. La moneda circuló tan rápido que sólo tres días después de la introducción, el Ayuntamiento pudo recaudar 5.100 chelines de impuesto, aunque había emitido sólo 1.000 chelines, demostrando su maravilloso efecto multiplicador (los ciudadanos gastaron esta MSC primero en cubrir sus necesidades y después para pagar los impuestos morosos). La cantidad promedio de esta MSC en circulación era de 5.490 chelines, pero generó un impacto económico estimado de 2.547.360 chelines en sólo 13 meses, incluyendo 102.197 chelines para obras públicas. Además, había personas que adelantaron el pago de impuestos simplemente porque les sobraba el dinero que no podían atesorar (es mejor adelantar el impuesto y evitar oxidación que guardar el dinero en su bolsillo).

Este gran éxito se explica por el hecho de que el propio Ayuntamiento garantizó la moneda. Se usó ampliamente como medio de intercambio local, a diferencia de la mayoría de otras MSCs sólo aceptadas por un número limitado de individuos y/o comercios locales. La posibilidad de poder pagar impuestos municipales en esta MSC hizo que todos los actores económicos locales la aceptasen, lo que se convirtió también en otra garantía de que esta MSC fuera recibida. Ante la falta de experiencias similares, la histórica experiencia austríaca sigue siendo muy relevante hoy en día para considerar

³⁰ Vale la pena destacar que hoy en día el mismo pueblo cuenta con el Instituto Unterguggenberger (<http://unterguggenberger.org/>), que se dedica a la investigación y a la promoción de esta experiencia histórica, además de estudiar otros casos interesantes de oxidación y monedas sociales.

los potenciales impactos económicos de las MSCs cuando están introducidas por autoridades públicas.

Otra característica destacable de esta experiencia histórica en Austria es el hecho de que la moneda oxidable contribuye a la construcción del bienestar social además de satisfacer las necesidades personales: la anécdota de que los residentes quisieran adelantar el pago de impuestos merece un apunte especial, sobre todo en la época en que varios gobiernos europeos están padeciendo su crisis financiera.

4.2.2. billetes con sellos (Estados Unidos)

Otra experiencia histórica a que merece la pena prestar atención son los billetes con sellos (*stamp scrip* en inglés) que aparecieron en Estados Unidos en la década 1930 durante la Gran Depresión. La primera iniciativa nació en 1931 en Anaheim, California donde Joe Elliott, gerente de una gasolinera, propuso al ayuntamiento la idea de emitir y poner en circulación una moneda local. El proyecto funcionaba de este modo:

- Los desempleados se dedicaban a los trabajos comunitarios (construcción, limpieza, reparación y jardinería) y el Ayuntamiento les pagaba 40 centavos de dólar por hora en billetes emitidos por él mismo.
- Los desempleados podían gastarlos en comercios locales.
- Los comercios locales podían gastarlos en otros comercios locales, pero era necesario colocar un sello de cuatro centavos.
- Otra posibilidad para los comercios locales era pagar a sus propios empleados como parte de salario, y en este caso no era necesario colocar ese sello de cuatro centavos.
- Después de 25 transacciones, el portador del billete podía canjear el billete por un verdadero de un dólar.

O sea, el único costo del Ayuntamiento sería la impresión de billetes y sellos, porque se constituirá la reserva en dólar con la compra de 25 sellos.

A pesar de la aceptación favorable al inicio, este proyecto no sobrevivió la etapa de prueba porque sólo una minoría de comercios apreciaba mejoras en su facturación (26 entre 144) y comentaban favorablemente (29 entre 144) a un mes después del inicio. La mala calidad del material del billete era otro problema porque se estropeaba fácilmente, y también se despegaban con frecuencia los sellos colocados. 157 personas trabajaron 8.750 horas en total para cobrar 3.150 dólares, pero los efectos económicos eran mucho menores de los previstos y tras el cierre Elliott tuvo que desembolsar 1,598 dólares para compensar la pérdida del Ayuntamiento (Warner, 2008).

Anaheim no es el único lugar con este tipo de iniciativa. Dos experiencias similares surgieron en el estado de Iowa, una en Hawarden y otra en el condado de Polk (que incluye la capital Des Moines) (Warner, 2010).

Estas experiencias no duraron mucho tiempo debido a varios problemas: 1) su lenta circulación, 2) su acumulación en algunos comercios locales, 3) demasiado alto valor del billete (un dólar en 1931 – 1932 equivaldría a unos 13 dólares en 2010), 4) dificultad de mantener los sellos pegados al billete y 5) omisión de pegar sellos en cada transacción (Warner, 2010), aunque muchos de ellos pueden ser fácilmente solucionados hoy en día (hoy en día se recomendaría circular billetes de 1, 5, 10 y 20 dólares y euros respectivamente como denominación adecuada para las transacciones diarias, y todos los procesos del sello pueden ser simplificados al implementar una moneda electrónica). Si cobrar el 4% de tasa para cada transacción parece demasiado caro, es importante recordar que las tarjetas de crédito suelen cobrar para su servicio, lo que en la actualidad podría justificar este valor. Sin embargo, los problemas 1) y 2) seguirán siendo desafíos a tratar (véase también 4.6.1).

Es importante destacar también que España también tuvo una experiencia de moneda oxidable, específicamente en Montoro (Córdoba), en agosto de 1936, aunque no se trataba de billetes que requerían sellos sino billetes, denominados “cédulas de trabajo al portador”, que se devaluaba literalmente cada semana. Por ejemplo, un billete de 5 pesetas mantuvo su valor total entre el 24 y el 30 de agosto, después se devalúa a 4,95 pesetas entre el 31 de agosto y el 06 de septiembre, 4,90 pesetas entre el 07 y el 13 de septiembre, 4,85 pesetas entre el 14 y 20 de septiembre, y así sucesivamente. (Billetes Municipales, 2012).

4.2.3. Banco Palmas (Brasil)

*“Dios creó el mundo y
nosotros construimos
el Conjunto Palmeiras”
(un mensaje inscrito
en el mismo barrio)*

El Banco Palmas es la experiencia pionera de los Bancos Comunitarios de Desarrollo (BCDs), con la siguiente definición (Banco Palmas, 2010):

(U)n servicio financiero, solidario, en red, de naturaleza asociativa y comunitaria, dirigido para la reorganización de las economías locales, en la perspectiva de la generación de trabajo e ingreso y de la Economía Solidaria.

Su objetivo *no es maximizar su lucro, como hacen los bancos capitalistas, sino fomentar el desarrollo económico de la comunidad que lo creó y lo utiliza* (Singer, 2013), que se encuentran en la actualidad en diversas partes de Brasil. Este banco está ubicado en el Conjunto Palmeiras, Fortaleza (capital del Estado de Ceará), a unos 15 km desde el centro de la ciudad, y este barrio fue construido a finales del año 1973 por las personas expulsadas de los pueblos marítimos debido al desarrollo de balnearios (construcción de hoteles para atraer turistas) (Melo, 2009). Según el censo de 2010, 36.599 personas viven en este barrio, y es una población joven con 13.029 menores de 15 años (35,6 %) mientras que hay sólo 1,318 mayores de 65 años (3.6%).

Al inicio la condición de vida en esta *favela* (*asentamiento precario* en portugués de Brasil) era pésima y en 1981 se formó la asociación ASMOCOP (**AS**sociação dos **M**oradores do **CON**junto **P**almeiras, Asociación de Vecinos del Conjunto Palmeiras) con el fin de mejorar la calidad de vida (Jayo et al., 2009). Gracias a la cohesión social entre los habitantes se llevaron a cabo ciertas mejoras, tales como el acceso al agua potable, a la guardería, a la electricidad y a la pavimentación de las principales calles, pero irónicamente la mejora de la calidad de vida significó también la subida del costo de vida, para la cual muchos vecinos no estaban preparados. Joaquim Melo, quien había liderado todo el proceso del desarrollo comunitario, se dio cuenta de la importancia de que esta asociación se enfocase a mejorar las condiciones económicas, llegando a fundar el Banco Palmas en 1998 para conceder microcréditos y posteriormente emitir su propia moneda que circula exclusivamente dentro del barrio.

No hay barrios pobres sino barrios empobrecidos es la frase repetida por Joaquim Melo para destacar la importancia de revisar la estructura económica del barrio con el fin de optimizar el flujo del dinero, es decir, hacerlo permanecer el mayor tiempo posible en la comunidad mediante la creación de nuevos emprendimientos con el fin de sustituir los productos y/o servicios importados con la producción local. El Banco Palmas ofrece microcréditos en ambas monedas, tanto en real (R\$, moneda oficial de Brasil) para que los emprendedores puedan pagar a sus proveedores externos, como en Palma (MSC respaldada con R\$) para que los consumidores compren productos locales. La autogestión del microcrédito por los propios vecinos del barrio permite realizar esta operación con *una mayor flexibilidad de acceso, lo que da oportunidades de crédito a una población que no se encuadraría en los criterios del microcrédito convencional* (de Paiva, 2015). El fondo que se utiliza para ofrecer microcrédito procede de diferentes fuentes

de financiación públicas, tales como Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)³¹ y Caixa Econômica Federal³².

Banco Palmas llevó a cabo, en 2002, un experimento interesante que podría practicarse en otras MSCs: llegó al Banco Palmas una donación de R\$ 50.000 (unos 18.000 € en la cotización de aquel entonces) a través de la fundación holandesa Strohalm (actualmente denominada como STRO: véase 4.3.4 para más información) para la construcción de una escuela, pero se pagó parte del costo en palma para que esta institución financiera tuviera más reserva y pudiera conceder microcréditos. Este esquema funcionó bien para aumentar el efecto multiplicador, porque 1) además de construir la escuela, se pudo ofrecer microcréditos y 2) pudo retener la liquidez dentro del barrio por más tiempo. Los comercios que solicitaron microcrédito en palma no tuvieron problema en aceptar esta moneda porque podían pagar su deuda en esta moneda (Hirota, 2012). De França (2013) destacan tres aspectos particulares de los bancos comunitarios: *construcción conjunta de la oferta y de la demanda* (producción destinada al consumo comunitario y basada en los foros locales donde debaten los prosumidores), *hibridación de principios económicos diversos entre una economía mercantil, una no mercantil y una economía no monetaria* (aprovechamiento de cualquier recurso que venga de estas diferentes economías) y *condición de utilidad social o comunitaria propia a su dinámica organizativa* (experiencia no lucrativa para el desarrollo local por involucrar los propios vecinos en la autogestión y en las actividades económicas relacionadas con las necesidades de la gente). Lietaer y Primavera (2013) atribuyen el éxito de la moneda palma a los siguientes tres factores:

- La lucha permanente de la organización de base y de sus líderes, que supieron enfrentar con creatividad y tenacidad las resistencias del sistema, promoviendo la participación de la población y alcanzando acuerdos con varias empresas para la utilización creciente de la moneda en el territorio
- El apoyo de la SENAES (Secretaria Nacional de Economía Solidária), conducida por Paul Singer, que tuvo la responsabilidad de incluir los clubes de trueque (argentinos) con moneda social como emprendimientos de la Economía Solidaria (véase 5.3.4 para más información)
- El apoyo decisivo del Banco Central, además de otras instituciones como Banco do Brasil, Banco do Nordeste, SEBRAE y varias organizaciones internacionales que contribuyeron a la difusión y mantenimiento de esa iniciativa pionera

³¹ <http://www.bndes.gov.br/>

³² <http://www.caixa.gov.br/>

Fare et al. (2015) analizan esta experiencia barrial desde el punto de vista como *hecho social total*, destacando la *función simbólica del dinero*, o sea el hecho de que se considera Palma como símbolo del barrio autogestionado para salir de la pobreza a través de su desarrollo territorial. Hoy en día, el Banco Palmas ofrece una serie de actividades (De Freitas, 2015) que se presentan a continuación:

- Inserción y formación profesional
- Acompañamiento hacia el regreso al empleo
- Fortalecimiento de la red de comerciantes y de productores locales
- Incubación y desarrollo de cooperativas locales
- Innovación técnica y tecnológica
- Sensibilización y movilización de los habitantes

Equipe NESOL-USP (2013) realizó una investigación en el Conjunto Palmeiras para aclarar el perfil de los usuarios del servicio del Banco Palmas. Aproximadamente tres cuartos de las familias entrevistadas tienen ingreso equivalente o inferior a dos salarios mínimos (el salario mínimo era de R\$ 622 en el momento de investigación) y la mitad del salario mínimo per cápita. El 58% de las familias entrevistadas contestaron que no ganan suficiente para pagar las cuentas, cuyo porcentaje aumentaba a medida que se reducía el ingreso, y los usos de los créditos más comunes eran: emprendimientos y negocio (41%), pago de cuentas (14%), alimentación (11%) y reforma (9%), entre otros. El 45% de las familias entrevistadas respondieron que prefieren el Banco Palmas por *facilidad de acceso*, seguida por *tensión en las relaciones familiares* (16%), *flexibilidad en las condiciones de pago* y *posee mejores condiciones de crédito* (9%), entre otros, aunque las financiaciones familiares también eran muy comunes.

Se planteó el cuestionamiento de la legalidad de estas monedas emitidas por bancos comunitarios cuando Joaquim Melo fue acusado por haber infringido el Artículo 292 del Código Penal brasileño (*emisión de título que contenga promesa de pago al portado en efectivo sin permisión legal*) y el Artículo 44 de la Lei das Convenções Penais (Ley de las Convenciones Penales) brasileña (*imitación de moneda para la propaganda*) pero fue absuelto en la sentencia del 30 de diciembre de 2003 (Freire, 2011). Ibid. (2009) demuestra la legalidad de estos medios de intercambio en la legislación brasileña, considerando esta herramienta como *instrumento de política pública para el desarrollo local*. Hoy en día existe la Rede Brasileira de Bancos Comunitários de Desenvolvimento³³ a que pertenecen 103 bancos en noviembre de 2016. Leal (2015) describe el caso de la moneda Concha, emitida por otro banco comunitario denominado Ilhamar, en Matarandiba, un pueblo tradicional de pescadores en el municipio de Vera Cruz, Bahía

³³ <http://www.inovacaoparainclusao.com/rede-brasileira-de-bcd.html>

(a unas dos horas desde la capital Salvador) donde viven menos de mil habitantes, donde 287 microcréditos (C\$ 14.753,60) fueron entregados a los consumidores entre 2008 y 2012 como estrategia para impulsar el consumo local.

Sin embargo, hay limitaciones al crecimiento de estas prácticas. De Freitas (2015) menciona la falta de recursos humanos y la imposibilidad por ley brasileña de que los BCDs acepten depósitos. Además, el ámbito de estas monedas se limita al nivel barrial sin poder incluir una variedad de comercios. Si bien se aprecia su intento de lograr la autogestión financiera, sería fundamental ir ampliando su uso, además de exigir un sistema legislativo que favorezca su crecimiento.

4.2.4. Chiemgauer (Alemania)

Desde el inicio del Siglo XXI se han introducido docenas de monedas regionales en Alemania y también en países vecinos (Austria, Suiza, Países Bajos y Luxemburgo). Kennedy (2006) explica que el nivel local (ejemplo: un barrio o un municipio de 10.000 personas) es demasiado pequeño para cubrir una buena parte de las necesidades mientras que el nivel nacional (Alemania, por ejemplo) acaba de ser abandonado con la implementación del euro, quedando como única opción el nivel regional que suele ser subnacional pero que podría ser internacional (ejemplo: entre la provincia catalana de Girona, Catalunya y el departamento francés de Pirineos Orientales, o entre Galicia y Norte de Portugal). Ella propone la combinación de los siguientes tres modelos de monedas regionales para *rellena(r) prácticamente todas las funciones del sistema monetario actual* (medio de pago cotidiano, intercambio de bienes y servicios entre individuos y PyMEs, y acceso al préstamo):

- i. un sistema de vale para fidelizar consumidores a la red de comercios locales. (Ejemplo: Chiemgauer)
- ii. un sistema de trueque mutuo para aumentar la liquidez de las PyMEs. (Ejemplo: Banco WIR)
- iii. un sistema que concede créditos a largo plazo sin cobrar tasas de interés (ejemplo: Banco JAK)

Chiemgauer es la "moneda regional" más exitosa que funciona desde enero de 2003 en las comarcas de Rosenheim y Traunstein y también la ciudad de Rosenheim, Alta Baviera, Alemania. Esta zona, que se encuentra entre Múnich y Salzburgo (Austria), está justo al norte de los Alpes y engloba el lago Chiemsee, con una variedad de actividad económica (tales como agricultura, industria y turismo, entre otros). Christian Gelleri, quien había estudiado economía, incluso la teoría monetaria de Silvio Gesell, era profesor

en la Escuela Waldorf³⁴ de Prien am Chiemsee y seis alumnas estuvieron interesadas en crear una moneda cuando abordó este tema en la clase.

La moneda funciona de esta forma:

1. Los consumidores eligen un proyecto social al dar de alta.
2. Los consumidores cambian euro en Chiemgauer en paridad (100 € = 100 Chiemgauer), del cual se dona el 3% al proyecto escogido, y gasta esta moneda en comercios locales.
3. Los comercios locales pagan en esta moneda a otros comercios locales, o la reembolsan en euro tras pagar el 5% de comisión (100 Chiemgauer = 95 €), porcentaje *bastante alto para alentarles a tratar de gastar esta moneda, pero bastante bajo para que se sientan cómodos al saber que no perderán demasiado* (North, 2010b).
4. Se cobra el 3% de oxidación cada seis meses (hasta 2015 la oxidación era del 2% cada tres meses)

Otra forma de la creación de esta moneda regional, aunque en menor cantidad, es la concesión de microfinanzas: se ha fundado la cooperativa Regios eG como una institución certificada de microfinanza para recomendar al banco Grenke que concedan créditos. Se ofrece Zinsbonus ("Zins" significa "interés" en alemán), un servicio de devolver parte de las tasas de interés a los buenos prestatarios que han conseguido pagar todo el préstamo sin demora. Gelleri (2009) explica los siguientes efectos con esta moneda regional:

- Estimulación del circuito empresarial de la región
- Donación a las asociaciones con proyectos sociales y/o ecológicos.

Vale la pena mencionar que Rudolf Steiner, fundador de antroposofía, también menciona la importancia del dinero oxidable en las siguientes frases (Steiner, 1919):

Y puede realizarse, de vez en cuando, el reacuñamiento o la impresión del dinero para que aquel que no trabaja para el funcionamiento productivo no esté retenido por sus portadores... A partir de tales circunstancias, sin embargo, se hará que vaya reduciéndose el rendimiento del capital con el paso de años. Se erosionará el dinero, del mismo modo que se erosionan las mercancías.

³⁴ Una escuela privada cuyo currículum está basado en la antroposofía, la filosofía iniciada por Rudolf Steiner (1861-1925).

Ibid. (1922) clasifica el dinero en tres tipos: *dinero de compra*, *dinero de préstamo* y *dinero de don*, el último sólo válido para realizar donaciones para fines altruistas. Thiel (2011) atribuye el éxito de esta MSC, que es responsable del 64% de transacciones en todas las monedas regionales en Alemania, a la capacidad empresarial y al compromiso a tiempo completo de Gelleri, a la red de apoyo que ya existía en la región, a la colaboración de la caja de ahorros local y a la característica de la región (economía próspera, atracciones turísticas y la fuerte identidad regional).

En abril de 2016, circulan 1,146,664 Chiemgauer, participan 3.216 consumidores, 560 empresas y 266 asociaciones, y en 2014 se facturaron 7.426.249. Gelleri estima que un tercio de las transacciones en este medio regional de intercambio no se habrían producido si no se hubiera implementado el mismo (North, 2010b). El éxito de esta iniciativa es gracias a la *fuerte identidad regional con fuerte capital social y fuerte tradición de abastecimiento y cooperación de empresas* (ibid).

4.2.5. SOL-Violette (Toulouse, Francia)³⁵

SOL-Violette es la iniciativa más exitosa del Projet SOL³⁶ que está presente en diferentes partes de Francia a partir de 2007. El proyecto nació como fruto de una investigación realizada por el filósofo Patrick Viveret en su informe entregado en enero de 2002 por la demanda de Guy Hascoët, secretario del Estado de Economía Social, publicado en el año siguiente como texto II del libro "Reconsidérer la Richesse" (Éditions de L'Aube). En su informe Viveret (2003) critica el uso del PIB como medida de crecimiento económico por incluir diferentes actividades económicas dañinas a la sociedad y al medio ambiente y propone SOL como el ejercicio del *derecho a emitir la moneda social* para impulsar ESS. El SOL está compuesto de los siguientes tres elementos (Fare, 2011, Blanc y Fare, 2012, Gibassier et al., 2015):

- **SOL Coopération:** similar a los puntos de fidelización que ofrecerá el grupo de los comercios de ESS y/u otros comercios que cumplen una serie de criterios sociales y medioambientales.
- **SOL Engagement:** similar al LETS (4.4.1) y/o bancos del tiempo (4.4.2) para facilitar el intercambio de bienes y/o servicios básicos entre los socios.
- **SOL Affecté:** se distribuye esta moneda a un cierto perfil de las clases marginadas, condicionando su uso a la compra de productos y/o servicios ecológicos y/o sociales.

³⁵ <http://www.sol-violette.fr/>

³⁶ <http://www.sol-reseau.coop/>

SOL-Violette nació en mayo de 2011 tras conseguir el apoyo del ayuntamiento de Toulouse que ofreció generosamente 120.000 € a la asociación CLAS, fundada para gestionar esta moneda social. Su estatuto define sus objetivos como *desarrollar una economía local sostenible, hacer dialogar los participantes... para decidir democráticamente, impulsar entre ellos el uso de una moneda ética en SOL y gestionar democráticamente la circulación del SOL-Violette*³⁷.

El uso más extendido del SOL-Violette en comparación con otras monedas complementarias de la familia se basa en el hecho de permitir proactivamente el cambio entre euro y SOL: los consumidores pueden cambiar 20 € a 21 Soles y gastan esta moneda en los comercios afiliados que pueden reembolsar euro con la misma cotización. Este cambio es sólo posible en dos entidades financieras que participan al proyecto (Crédit Municipal³⁸ y Crédit Coopératif³⁹) y se aprovechan los euros depositados para ofrecer microcréditos. Al ingresar en el sistema, los comercios firman el *Dossier d'Agrément*⁴⁰ y se evalúa su actuación de acuerdo con la "Charte de Critères", lo que requiere que estos comercios cumplan determinados requisitos para poder seguir recibiendo esta moneda. Además, el uso de billetes permite menos costo de inversión inicial (ya que poner lectores en cada comercio costaba considerablemente). Hoy en día circulan billetes de 1, 2, 5, 10, 20 y 50 soles.

Se emite SOL-Violette cuando el Ayuntamiento de Toulouse o los solistes depositan euro en los bancos asociados y el Ayuntamiento dona esta MSC a los solistes en Maisons de Chômeurs (Casa de Parados). Los solistes gastan esta MSC en comercios asociados y estos comercios la gastan a otros comercios, o la reconvierten en euro, dando fin a su ciclo de vida. Mientras tanto, el euro depositado en los bancos asociados se destina a la Libreta de ahorro solidario para conceder microcréditos (Hirota, 2012).

Esta moneda social tolosana está administrada por la asociación CLAS, compuesta por cinco "colegios" (*solistes*, comerciantes, actores financieros, comunidades y fundadores) para que se reflejen sus intereses. Se aplica la oxidación de 2% por tres meses que, a diferencia de Chiemgauer, se puede evitar siempre y cuando se gaste antes de tres meses (por ejemplo, el billete recibido el 15 de marzo puede ser gastado sin oxidación hasta el 14 de junio). El cambio del ayuntamiento en 2014 dio un golpe a CLAC, ya que significaba

³⁷ Fuente: <http://ks37228.kimsufi.com/~fbosque/sol/sol-violette/032-statuts%20sol%20violette.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

³⁸ <http://www.credit-municipal-toulouse.fr/>

³⁹ <http://www.credit-cooperatif.coop/>

⁴⁰ <http://ks37228.kimsufi.com/~fbosque/sol/sol-violette/010-projet-sol-v7.pdf>

el cese de subvenciones, pero el proyecto ha subsistido hasta esta fecha. A continuación, se muestran algunas estadísticas (Tabla 3):

Tabla 3: Cifras sobre SOL-Violette

Año	Subsidio del Ayto (€)	Número de solistes	Número de comercios	SOL en circulación	Facturaciones en SOL
2011	120.000	> 600	75	28.000	30.312
2012	130.000	814	95	33.465	100.000 – 200.000
2013	Unos 100.000	Sin dato	125	48.297	287.688 (est.)
2014	N. a.	1.157	188	45.378	Sin dato
2015	N. a.	2.156	206	42.225	287.130

Fuente: CLAS.

4.2.6. Bristol Pound (Reino Unido)

Bristol Pound en Bristol, en el suroeste de Inglaterra y muy cerca del País de Gales, es la experiencia más exitosa de las MSCs en Reino Unido. Estas monedas han nacido en el contexto del movimiento Transition Towns que ha surgido como respuesta a la teoría del Pico de Petróleo. Según esta teoría, dicho combustible fósil empezará a escasear tras haber alcanzado su apogeo (Hubbert, 1956), siendo responsable, además, del cambio climático. Esta corriente trata de fomentar la resiliencia (véase 3.1.2 para ver su definición), con los tres ingredientes de *diversidad* (de los actores), *modularidad* (cómo se vinculan estos componentes) y *estrechez de retroalimentaciones* (cómo afecta el cambio de una parte a las demás) en el sistema, además de impulsar la relocalización de bienes y servicios (Hopkins, 2008).

Se han puesto en marcha algunas MSCs por los activistas de Transition Towns como medio para lograr una economía menos dependiente del petróleo gracias a la distancia acortada entre los productores y los consumidores. Ryan-Collins (2011) enumera los objetivos compartidos entre algunas de estas monedas:

- Aumentar la resiliencia económica local al estimular la producción y el consumo local y limitar la 'fuga' de dinero desde la economía local
- Apoyar y proteger comercios locales independientes que mantienen empleo y sustentos, así como la diversidad y la identidad del área local
- Crear lazos más fuertes entre los vecinos y los comercios, impulsando la cohesión social

- Estimular el pensamiento y la discusión sobre cómo funciona el dinero y cómo se puede hacer que la función de la economía local sea más sostenible
- Promover el área, creando orgullo para sus ciudadanos, un sentido de independencia y atrayendo turistas
- Alentar un modelo de autoayuda de intercambio y apoyo mutuo
- Reducir emisión de CO2 al reducir el transporte de productos desde lugares distantes.

Esta moneda ha contado con el apoyo del ayuntamiento: George Ferguson, alcalde de la ciudad entre 2012 y 2016, cobraba todo su salario en esta moneda social y actualmente se permite el pago del impuesto municipal en esta moneda⁴¹. First Bus, operadora de autobuses locales, también acepta esta moneda desde 2013⁴² y Good Energy, una empresa privada de energía renovable, empezó a reconocerla en 2015⁴³. En octubre de 2016, participan 860 entidades (incluso el Ayuntamiento, una cooperativa de crédito y caridad) en este proyecto.

4.2.7. Eusko (Francia)⁴⁴

Eusko es una moneda inspirada en el Chiemgauer y respaldada por euros que circula desde el 31 de enero de 2013 en Iparralde (País Vasco Francés, la parte occidental del departamento francés Pirineos Atlánticos, capital: Bayona) promovida por la asociación *Euskal Moneta – Monnaie locale du Pays Basque*. Actualmente es la moneda social con mayor envergadura en toda Francia, con unos 2.000 socios y unos 250.000 Euskos (= 250.000 €) en circulación (Blanc y Fare, 2015).

Si bien la mayoría de los objetivos escritos en la Carta del Eusko son similares a los de otras monedas, tales como la relocalización económica y el estrechamiento de lazos sociales, existe un objetivo muy particular que la distingue de otras monedas: promoción del idioma vasco (“euskera” o “euskara” en el mismo)⁴⁵. En concreto, se trata de exigir a

⁴¹ [http://bristolpound.org/library/Download_docs/Council Tax User Guide.pdf](http://bristolpound.org/library/Download_docs/Council_Tax_User_Guide.pdf)

⁴² <https://www.firstgroup.com/bristol-bath-and-west/more/bristol-pounds>

⁴³ <http://www.goodenergy.co.uk/blog/articles/2015/06/18/local-currency-and-local-energy-a-perfect-match>

⁴⁴ <http://www.euskalmoneta.org/>

⁴⁵ Vale la pena destacar que, a diferencia de Hegoalde (Comunidad Autónoma de País Vasco, o a veces Navarra también), el euskera no está reconocido como idioma oficial en Iparralde (País Vasco francés) donde, por ejemplo, no existe ningún canal local de televisión en este idioma, aunque además de EITB, las sucursales locales de los canales franceses tienen un poco de transmisión en euskera. La palabra “Euzkadi” (sic) significaba ambas partes cuando fue usada por la primera vez en 1896 por Sabino Arana, pero comenzó a usarse para el conjunto de las tres

los comercios locales a colocar todos los carteles bilingües (euskera y francés) o a ofrecerles a sus empleados un curso de 20 horas de euskera, además de integrar tres productos locales (o separación de residuos de su empresa en su defecto).

Se forma un comité de acuerdo donde participan representantes (particulares, comercios locales, asociaciones y *partners*) para tomar decisiones importantes en cuanto a su gestión. Tanto la conversión (de euro a eusko) como la reconversión (de eusko a euro) están sólo permitidas a los socios de la asociación en designados "bureaux de change" (oficinas de cambio) y la reconversión está sólo permitida para los comercios locales que pagan el 5% de tasa de comisión con el fin de estimular su gasto en esta moneda lo máximo posible, del cual el 3% se desinará a la asociación elegida por el socio y el resto se queda en el tesoro de la Asociación Euskal Moneta para cubrir sus gastos. Se limitan a 1.000 euros por mes las transacciones entre los comercios, pero se permite pagar parte del salario de los empleados de los comercios en eusko.

La cuota anual de socios varía de acuerdo con su propia decisión: entre 5 y 20 € para particulares, entre 60 y 240 € para los comercios locales (descuento del 50% para los que pagan para la marca Bai Euskarari) y entre 10 y 100 € para las asociaciones (y los que participan entre julio y diciembre pagan la mitad). Los euros obtenidos por la Asociación Euskal Moneta están guardados en una cuenta bancaria como fondo de reserva y cada euro permitirá al banco prestar hasta 12 € para proyectos ecológicos y/o solidarios. Dicha asociación se dedica también a ayudar a los comercios locales a encontrar proveedores locales y a preparar carteles bilingües.

Las asociaciones, del mismo modo que Chiengauer, son beneficiarias del 3% de las donaciones, pero necesitan cumplir diferentes requisitos:

- Cada asociación necesita tener al menos 30 socios que la elijan para donar el 3% del valor depositado, o ser aprobada especialmente por el Comité.
- Incluir tres productos locales o separar residuos de su empresa en su defecto, del mismo modo que los comercios locales, mientras que la promoción del euskera está opcional.

En 2015 está en circulación 460.000 eusko y se donó 11.800 eusko a las asociaciones, y a finales del año existen 30 casas de cambio, 609 entidades que aceptan eusko (472 comercios y 137 asociaciones) y 3.000 socios particulares.

provincias de Álava, Guipúzcoa y Vizcaya tras la constitución del Gobierno de Euzkadi en 1936, excluyendo País Vasco francés y Navarra. Se acuñó otro término "Euskal Herria" para tratar del concepto original de "Euzkadi."

4.2.8. Samen-Doen (Países Bajos)

Samen-Doen (*Hagamos juntos* en holandés) es una moneda social diseñada y desarrollada por una empresa social holandesa Qoin⁴⁶ con el fin de animar la comunidad a dar una *zanahoria* en vez de un *azote*, estimulando su *co-producción* y vinculando diferentes actores de la comunidad (comercios locales, habitantes y caridades). El proyecto, denominado PROGRESS, contó con el subsidio de la Unión Europea, e intenta *mejorar niveles de servicio y cuidado a nivel local, mejorando posibilidades para que los grupos vulnerables entren al mercado laboral y la promoción de la calidad de vida en barrios* (Batterink et al., 2015), además de animar a los habitantes a *realizar una contribución real a su barrio y comunidad* (ibid). Se ha implementado en los municipios de Tholen y Bergen op Zoom, de unos 25.000 y 66.000 habitantes respectivamente, involucrando habitantes locales, gobiernos, asociaciones y minoristas independientes.

La moneda es completamente electrónica y carece de representación física como billetes. Se realizan las transacciones a través de terminales de pago y de tarjetas de NFC (*Near Field Communication, comunicación de campo cercano* en inglés) con soporte de una aplicación para smartphones. Esta MSC fue concebida para ofrecer los siguientes cuatro componentes:

- **Programa de remuneración pública:** dar esta moneda a los que realizan *buenos comportamientos* (ej.: limpieza del barrio y ayuda a los mayores).
- **Programa de fidelización:** dar esta moneda a los consumidores que gastan en comercios locales (2 a 5% del valor gastado).
- **Iniciativa de economía colaborativa entre habitantes:** similar a bancos del tiempo o LETS, pero sin permitir el saldo negativo.
- **Ayuda a asociaciones locales:** el 40% de la MSC se destina a asociaciones locales que elige cada consumidor. O sea, cuando un consumidor gasta 10€ en un comercio local que ofrece el 5% en MSC, él se queda sólo con 0,30€ (10 x 5% x 60%) mientras que se dona 0,20 € (10 x 5% x 40%) a la asociación elegida por éste, aunque se puede elegir el porcentaje de donación entre el 20% y el 100%.

De ahí que se explica el ciclo de vida de esta MSC:

- **Emisión:** cuando un comercio local ofrece esta MSC para fidelizar sus clientes y/o el ayuntamiento dona esa MSC a los habitantes locales para remunerar sus conductas ejemplares
- **Circulación:** entre comercios, pago de individuo al comercio, entre personas etc.
- **Retiro:** cuando los comercios quieren reembolsar esta MSC por euro.

⁴⁶ <http://www.qoin.org/>

Lietaer et al. (2012) presentan un esquema parecido Torekes⁴⁷ en Gante, Bélgica, implementado a finales de 2010 por el ayuntamiento para mejorar la calidad de vida de los vecinos en Rabot, un barrio de bajo ingreso donde se hablan veintena de idiomas diferentes. Se puede obtener esta moneda al participar en actividades voluntarias mientras que el Ayuntamiento la acepta para el alquiler de cuatro metros cuadrados de huerta urbana (150 Torekes por año), además del pago de algunos productos en comercios locales. En el primer año se pagaron 50.259 Torekes para 526 diferentes actividades, de los cuales 21.855 fueron gastados para compras en comercios locales, con 494 participantes oficialmente registrados. A diferencia de Samen-Doen, este sistema flamenco de intercambio sí tiene su soporte físico y circulan billetes.

4.2.9. Fureai Kippu (ふれあい切符, Japón)

El Fureai Kippu⁴⁸ prosperó en Japón entre la década 1970 y 1990 cuando se preveían ya varios problemas causados por el envejecimiento de la población, como respuesta a la carencia de asistencia a los mayores dependientes. Frecuentemente se clasificaba como una de las experiencias más exitosas, aunque se solía exagerar su resultado. La primera experiencia nació en Osaka en 1973 como Volunteer Labour Bank de modo similar al banco del tiempo (véase 4.4.2), aunque clasificado aquí debido a la existencia del yen como respaldo de esta moneda, para crear una red de solidaridad entre amas de casa, pero este sistema languideció considerablemente después del fallecimiento de su fundadora Teruko Mizushima en 1996. Emergió otra red en la década 1980 que exigía que los solicitantes del servicio comprasen esas horas mediante el pago de aproximadamente el salario mínimo, y estos *voluntarios remunerados*⁴⁹ (有償ボランティア

⁴⁷ <http://www.torekes.be/>

⁴⁸ "Kippu" (切符) en japonés significa "billete" (como billete de tren) mientras que la palabra "fureai" (ふれあい) requiere atención especial. Esta palabra, cuyo significado al pie de la letra es "contacto mutuo" ("fure" proviene del verbo "fureru" que significa "tocar" y "ai" se refiere a la mutualidad, como: "tasuke ai", que significa "ayuda mutua"), comenzó a utilizarse en la década 1980 en el sector del bienestar social para describir intercambios emocionales, por ejemplo "fureai" entre niños y mayores y entre niños y animales. Este concepto muestra similitudes con solidaridad, aunque es imprescindible perfilar la diferencia entre ambas nociones, ya que se usa la nipona principalmente para describir situaciones en que se fluyen emociones positivas, sobre todo compasión, entre los actores, mientras que la segunda es también fruto de la búsqueda por justicia.

⁴⁹ Mientras que en España es ilegal que los voluntarios reciban cualquier tipo de remuneración (Artículo 11-C de la Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado), Japón carece de este concepto y se realiza con frecuencia este voluntariado remunerado.

ア, Yûshô Borantia en japonés, tanto singular como plural) podían gastar estas horas solicitando servicios a otros voluntarios o exigiendo el reembolso en yen, aunque la gran mayoría (más del 95 %) prefirió usar horas. En 1996 había unos 70.000 voluntarios que ofrecían 4 millones de horas de servicio, pero la entrada en vigor en 2000 del Seguro para Asistencia a Largo Plazo que ofrecía la cobertura universal, redujo significativamente el uso de este servicio. Como desafíos se puede mencionar la falta de voluntarios en comparación con el número creciente de solicitantes, su dependencia de la subvención por parte del sector público, dificultad para los solicitantes con pocos recursos financieros y la necesidad de atender diversas necesidades (Hayashi, 2012).

Lietaer (2006b) propone una experiencia similar para mejorar el sistema educativo en Brasil, aprovechando su efecto multiplicador. Se implementará la MSC denominada "Saber" y tendrá el respaldo del fondo, creado gracias a un impuesto destinado para este fin, aunque la reconversión de esta MSC a real (R\$, moneda oficial en dicho país sudamericano) estará sólo permitida a las universidades. Se emitirán Saberes a los niños más jóvenes para que puedan pedir tutoría a niños mayores a cambio de esta MSC. De ahí que un niño de 7 años pide tutoría a otro niño de 9 años, ese niño pide tutoría a otro de 11, y sucesivamente, hasta llegar a los universitarios quienes podrán pagar en esta MSC su matrícula en la universidad. Allí termina el ciclo de vida de Saber pues el siguiente y último paso es su reconversión en R\$.

4.2.10. Características de MSCs respaldadas con moneda oficial

Las MSCs respaldadas con moneda de curso legal son, por su índole, obviamente las menos radicales debido a su dependencia total al sistema oficial, pero merece la pena subrayar que han surgido diferentes monedas de esta forma gracias a su carácter práctico.

Una ventaja de este sistema es que los trabajadores por cuenta ajena también pueden usar esta moneda sin dificultad: este tipo de personas tienen tiempo limitado y, a no ser que las empresas para las cuales trabajan también acepten MSCs, es improbable que sus nóminas sean pagadas en las mismas. Dicho de otro modo, las MSCs convertibles en moneda oficial permiten la participación de muchas personas sin exigirles a realizar una nueva actividad económica propia para obtenerlas. Asimismo, se permite reconvertir MSCs en moneda oficial para que los comercios locales etc. tengan acceso a bienes y servicios que de ninguna manera se puede producir localmente, además de diferentes impuestos.

También se puede denominar, como ventaja general de estas monedas, la facilidad de ganar la confianza de los usuarios, porque su convertibilidad en moneda oficial facilita la aceptación por las PyMEs locales que necesitan cubrir gastos no pagables en MSC.

Normalmente el reembolso está limitado a las PyMEs y se les exige pagar una comisión para dificultar la salida del dinero desde el territorio.

Obviamente la crítica más común de este tipo de MSCs es su dependencia total al dinero de curso legal con tantos fallos estructurales que hemos visto a lo largo del Capítulo 2, y por lo tanto su actitud mucho menos desafiante al status quo del sistema monetario oficial en comparación con LETS (véase 4.4.1) y otros modelos (Dittmer, 2014). Si bien estos instrumentos sirven para optimizar la circulación del dinero dentro de la comunidad y prolongar el tiempo de permanencia en esta localidad, generando más impactos económicos gracias a su mayor efecto multiplicador, este cambio en la regla de juego no afecta el propio proceso de la creación de dinero de curso legal (véase 2.2.1), utilizado por estas MSCs como respaldo para garantiza su propio valor, y por lo tanto es incapaz de corregir la estructura tóxica del medio oficial de intercambio. Además, su masa monetaria está limitada a la cantidad de moneda oficial reservada, dificultando su implementación en barrios / regiones carentes del medio oficial de intercambio a no ser que haya ayudas financieras. Para este fin vale la pena estudiar otros modelos de MSCs creadas con depósitos de otros bienes y/o servicios (véase 4.3) y/o de MSCs emitidas como créditos (véase 4.5).

Blanc y Fare (2015) mencionan cuatro prerequisites para el éxito de tales monedas sociales:

- 1.1. El espacio de circulación de la moneda debería ser restringido a la región considerada, lo que lleva a considerar el espacio relevante de un desarrollo local sostenible.
- 1.2. Debería circular en gran medida dentro de este espacio para que la moneda conecte un número significativo de actores desde diferentes actividades y movilice actores de la región.
- 1.3. Es necesario que se pueda usar una moneda local que mejora la sostenibilidad local para financiar actividades emergentes en los ámbitos sociales y ambientales.
- 1.4. Por último, debe proveer un efecto dominó en la dinámica de la región.

Todas las MSCs mencionadas en 4.2. cumplen el primer prerequisite pues funcionan dentro del ámbito municipal o regional. Pese a estar en diferentes grados de desarrollo, se puede decir en términos generales que muy pocas MSCs han logrado un alto nivel de diversidad de actores (Chiemgauer, Bristol y Eusko, por ejemplo). Las contribuciones de las MSCs a la sostenibilidad local son todavía limitadas al apoyo a algunos proyectos sociales en la región (Chiemgauer), a la exigencia de cumplir ciertos criterios ambientales (SOL-Violette) y a la oferta de productos alimenticios regionales (Bristol Pound), aunque existe la potencialidad de desarrollar nuevos emprendimientos sostenibles. Y hasta la fecha se ha producido el efecto dominó solamente en cuentagotas.

4.3. MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios

El segundo grupo son MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios. Si bien las experiencias del primer grupo (4.2) requerían una reserva importante de dinero oficial, las iniciativas que se presentarán a continuación pueden emitir sus propias monedas siempre y cuando disponen de productos y/o servicios a ofrecer a los demás socios. Esta accesibilidad facilita la emisión de dinero, pero es menester que estos respaldos sean (al menos más o menos) universalmente aceptados dentro del colectivo de los socios. En esta categoría se analizan siete experiencias, incluso una propuesta, para aclarar su viabilidad.

4.3.1. Tlaloc (México)⁵⁰

Lopezllera y DeMeulenaere (2000) y Santana (2009) describen distintos aspectos de esta MSC. Tlaloc, nombre de un dios azteca de lluvia, es una moneda social que funciona desde 1996 entre los socios de la ONG Promoción del Desarrollo Popular, ubicada en la Ciudad de México, cuando Luis Lopezllera Méndez, líder de esta organización, recibió una visita de un impulsor de monedas comunitarias quien le contó la experiencia de Ithaca Hours en EEUU (véase 4.6.1).

Se considera que un Tlaloc equivale a una hora de trabajo que en 2007 correspondía a 50 pesos mexicanos (aprox. 4 dólares norteamericanos en la cotización de aquel entonces, más que 8 veces por encima del salario mínimo de 5,95 pesos por hora en la Ciudad de México), aunque se reconoce que algunos trabajos tienen más valor que otros y que pueden ser remunerados adecuadamente, con la recomendación de que no superen 3 Tlalocs por hora. Existe también Tequio como moneda fraccionaria (un Tlaloc equivale a 30 Tequios).

El emisor de Tlaloc firma en el reverso del billete y lo entrega al vendedor del producto o servicio, garantizando que cualquier portador podrá reivindicarle productos y/o servicios equivalentes a este circulante que prácticamente funciona de modo similar a un cheque. Sin embargo, una gran diferencia entre un cheque bancario y los billetes de Tlaloc estriba en el hecho de que el emisor de Tlaloc puede cancelar estos cheques al ofrecer bienes y/o servicios mientras que el emisor del cheque bancario se ve obligado a liquidarlo siempre con dinero de curso legal (efectivo o saldo en su propia cuenta bancaria), lo que ayuda a los emisores de Tlaloc a cancelar sus deudas a la comunidad, del mismo modo que LETS (véase 4.4.1).

A continuación, la Tabla 4 muestra la variedad de productos ofrecidos en Tlaloc.

⁵⁰ <http://redtlaloc.blogspot.com/>

Tabla 4: Tipos de productos y servicios ofrecidos en Tlaloc

Categoría	Ejemplos
Alimentos orgánicos	Café, miel (de abeja y de maguey), lácteos (queso y, a veces, leche), chocolate de mesa, linaza, mermeladas, licores, pan, aceite de oliva, linaza; productos de amaranto, de tuna y de nopal
Productos naturales y biodegradables	Detergentes, limpieza personal (champús, jabones, mascarillas), cremas para cuerpo, abonos
Ropa y Calzado	Blusas, ropa de niños, pañales ecológicos, blancos, huaraches (sandalias)
Juguetes tradicionales	Títeres y muñecas de trapo
Material educativo	Carteles, folletos y manuales en desarrollo comunitario y salud; número sueltos o colección de LA OTRA Bolsa de Valores. libros y revistas, nuevos y de ocasión, etc.
Terapias y ejercitación	Psicología, masajes, temascales, medicina china (acupuntura, digitopuntura, etc.), clases de tai chi, de yoga y meditación
Asesorías y talleres	En autogestión, microempresas, grupos de ahorro y crédito, contabilidad, mercadotecnia, ecología
Salud	Asesorías y talleres en salud preventiva y comunitaria, nutrición, microdosis y medicina naturista

Fuente: Santana (2011)

Participan 55 personas en esta MSC, con el siguiente perfil (Santana, 2009):

- El 40% participan activamente
- El 45% son mujeres
- La mayoría son padres y madres de familia entre 35 y 55 años
- El 57% de los miembros activos tiene varios años de participación, el 24% son de reciente participación, 9% son simpatizantes activos y el 11% son *corresponsales en ciudades y regiones distantes*

Lopezllera y DeMeulenaere (2000) argumentan que este sistema combina las ventajas de LETS y de Hours. LETS permite que cualquier socio llegue a crear dinero hasta cierto límite con tal de ofrecer sus bienes y/o servicios como respaldo, pero la necesidad de tener cuenta excluía su uso por los no socios y el trámite necesario para registrar transacciones desalentaba la participación de muchos usuarios potenciales, sobre todo

comercios locales. Por otra parte, la emisión de billetes de Hours facilitaba su uso en establecimientos por su similitud con el efectivo, aunque su emisión como moneda *fiat* puede plantear el riesgo de inflación y/o desconfianza hacia este sistema de intercambio. Pero Tlaloc combina la ventaja de LETS (moneda respaldada en crédito mutuo) y la de Hours (billete que permite que los no socios puedan usar este medio de intercambio), garantizando la libre creación monetaria que no es un medio exclusivo de transacción.

4.3.2. Sistema de Liquidación WAT (WAT 清算システム, Japón)⁵¹

El sistema de liquidación WAT, inventado en agosto de 2000 por Eiichi Morino, de la Gesell Research Society Japan⁵², permite que cualquier individuo o empresa emita su propio cheque, ofreciendo sus propios productos y/o servicios como garantía. Es similar a Tlaloc arriba descrito, pero la diferencia radica en el hecho de que en este sistema cada socio se responsabiliza del control de la cantidad de los cheques a emitir, careciendo de la necesidad de establecer una entidad para el control centralizado y por lo tanto también la de cobrar membresía o comisión por el uso de este medio de intercambio. Pero este mismo diseño también significa la imposibilidad de trazar las transacciones hechas, dificultando obtener estadísticas sobre su uso (Lietaer, 2004a).

Ardron y Lietaer (2006) dan los tres ejemplos de su potencial uso:

- **Como moneda de fidelización:** Lulu's Café compra granos de café al productor local y le debe 60 dólares. En vez de pagarle en dinero oficial inmediatamente, decide pagarle 20 vales de "Gecko". El portador de estos vales (puede ser alguien que no sea el propio productor) puede reembolsar 3 dólares por vale al acudir al comercio del emisor, o puede gastarlo al pedir un café que vale 3,5 dólares. El costo del este café para Lulu's Café es de sólo 2 dólares, y esta hostelería consigue su oportunidad para atraer nuevos clientes y posiblemente fidelizarles.
- **Como respaldo para microcréditos:** un hombre quiere empezar a trabajar como taxista autónomo y le faltan 5.000 € para comprarse un nuevo vehículo. Entonces les pide a sus amigos o conocidos un microcrédito mediante la venta de 1.000 cheques de 5 €. Promete que los portadores de estos cheques puedan gastarlos como equivalente de 7 € cuando utilicen su servicio de transporte. Se facilita la financiación porque no necesita ser evaluado por los prestamistas.

⁵¹ <http://www.watsystems.net/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017). Se dispone de una breve descripción en inglés en: <http://www.watsystems.net/watsystems-translation/english.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017).

⁵² <http://grsj.org/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- **Como herramienta para financiar la cosecha:** un campesino necesita 1.000 € para mejorar el cultivo de aceituna y para este fin vende 200 cheques de 5€ y promete ofrecer 5 € o aceitunas equivalentes a 6 € por cada cheque después de la próxima cosecha. El campesino consigue el dinero necesario para su trabajo mientras que los portadores de estos cheques tienen asegurado su acceso a este producto agrícola.

Sin embargo, este sistema que permite la libre emisión a todos los participantes plantea una serie de graves problemas. Ardron y Lietaer (2006) mencionan la dificultad de contar, medir o tratar fiscalmente estos cheques y la no equivalencia de todos los cheques entre los emisores debido al diferente grado de confiabilidad (los cheques de un millonario o de una gran corporación tendrán más confianza que los de PyMEs y/o de individuos desconocidos). Se especula que funciona bien entre actores económicos muy conocidos y confiados.

4.3.3. SOL por el Banco de Horas Comunitario (Argentina)

Es preciso prestar atención especial a esta iniciativa en Capilla del Monte, Córdoba, a unos 100 km desde la capital provincial, ya que, mientras que a nivel nacional empezaban a prosperar los clubes de trueque (véase 4.6.3), este sistema presentada una singularidad específica debido a su propia forma de creación monetaria basada en el valor de productos depositados y/o servicios prometidos.

Esta experiencia nació dentro de la Cooperativa Escolar Olga Cossettini, fundada por 40 familias con inquietud por una educación de calidad enfocada en el arte. Se fundó el Banco de Horas Comunitario en 1999 para emitir su moneda social Cosetones (después cambiaron de denominación a SOL) respaldada con materiales donados (con tal de que fueran productos demandados por otros socios) y/o compromiso de sus socios a ofrecer trabajo, y se podría pagar una buena parte de la matrícula a esta cooperativa de enseñanza (había que pagar 80 pesos = 80 dólares por mes, de los cuales sólo 35 tenían que ser en dinero oficial mientras que el resto podía ser pagado en SOL). También se pagaba tres soles por una hora de trabajo necesario para el mantenimiento de la escuela (administración, jardinería, preparación de materiales didácticos...), y se paga en esta moneda parte del salario de los docentes. Este sistema de intercambio atrajo otras familias que, sin ser usuarios del servicio principal de la cooperativa de enseñanza, se juntaron para realizar transacciones en este medio de intercambio (Caldano, 2007, Orzi, 2007, *ibid.*, 2012).

Es importante destacar el hecho de que este sistema de intercambio estaba desvinculado de los clubes de trueque que, tras llegar a su apogeo en 2002 en la plena crisis económica, vivieron un colapso sistemático. Se emitían sus vales denominados créditos prácticamente como *fiat* (si bien era necesario devolver la misma cantidad que se ofrecía al dar de alta, no se observaba esta regla) mientras que SOL mantuvo su propia

forma de emisión basada en productos tangibles y/u horas de trabajo, lo que hizo que estas dos monedas fueran incompatibles. Esta independencia permitió que la moneda en el interior cordobés sobreviviese la turbulencia y mantuviese su circulación hasta la fecha.

Al inicio funcionó este modelo dentro de la cooperativa, pero en 2008 se produjo la separación entre este sistema monetario y la escuela cooperativa para el mantenimiento del cual se había creado este medio de intercambio. Las operaciones de SOL se trasladaron a la nueva Fundación SOL que comenzó a enfocarse en ofrecer asistencia a la clase más desprotegida del pueblo mientras que se redujo la emisión de SOL respaldada con compromisos de trabajo. Además, el sistema financia distintos proyectos que se enumeran a continuación (Orzi, 2015):

- *Talleres de la escuela de artes y oficios*
- *Recuperación de esculturas*
- *Pago de impuestos atrasados en trabajo para el municipio*
- *Promoción del sistema del Banco de Horas (hoy Centro de Recursos Cooperativos)*
- *Promoción de la autogestión y los talleres familiares*
- *Gestión de proveedores*
- *Padrinazgo de actividades financiando en SOLES*
- *Gestión de donaciones y talleres de capacitación laboral para jóvenes en riesgo*

4.3.4. Experiencias en Centroamérica

Centroamérica es una de las regiones donde la fundación holandesa STRO⁵³ (anteriormente Strohalm) realizó considerables esfuerzos para implementar las MSCs como una de las tres aproximaciones (las demás son tecnologías apropiadas y el "Apreciando lo Nuestro"⁵⁴, aplicación de la metodología de "Plugging the Leaks"⁵⁵ elaborada por la fundación británica New Economics Foundation para involucrar a cada comunidad a reformular su estructura económica con el fin de detener la fuga de dinero por productos y/o servicios importados y sustituirlos con los localmente producidos). Esta organización implementó siete MSCs en Centroamérica (dos en El Salvador, dos en Honduras y tres en Costa Rica), de las cuales cinco (las que no son de El Salvador) eran respaldadas con productos. Brenes (2011) presenta el caso de Coopevictoria, una cooperativa agraria en Grecia (Costa Rica) que decidió emitir su propia moneda mediante la entrega de vales a los consumidores frecuentes para fidelizarles y pagar parte del

⁵³ <http://www.socialtrade.nl/>

⁵⁴ Se dispone en Youtube un vídeo sobre esta metodología.
https://www.youtube.com/watch?v=RNgeJ54N_CQ

⁵⁵ <http://www.pluggingtheleaks.org/>

salario en esta MSC. En noviembre de 2012, esta moneda estaba aceptada por 25 comercios e involucraba a más de 700 niños para reciclar más de 20.000 litros de aceite de deshecho por mes (ibid., 2013).

Otra experiencia destacable que se llevó a cabo en esta zona es Gota Verde en Yoro (Honduras) donde esta organización holandesa formó un consorcio con otras siete organizaciones (cinco internacionales y dos hondureñas) para impulsar la producción de jatropha y aumentar la autosuficiencia económica y energética de la región por sustituir importaciones con producciones locales (la cantidad del dinero que gasta este país centroamericano en la compra de combustible supone dos tercios del total de ingresos por exportaciones). Se estableció la empresa BYSA (Biocombustibles Yoro Sociedad Anónima, propiedad en un 51% de FUNDER (FUNdación para el Desarrollo Empresarial Rural)⁵⁶ mientras que el resto está repartido entre los agricultores, dedicada al procesamiento y a la comercialización de esta energía renovable. BYSA asumió la tarea de gestionar PEZ, una MSC respaldada con el biodiesel de jatropha, y se emitieron 107.646 peces (un pez equivale a un lempira, moneda hondureña, aproximadamente 4.080 € en la cotización en ese momento) entre febrero y diciembre de 2009, de los cuales aproximadamente 39.000 peces (aprox. 1.420 €) estaban todavía en circulación en diciembre de 2009, contando con 26 comercios locales que aceptaban este medio de intercambio (Moers, 2010). En 2009 se produjeron 3.675 litros de biodiesel y 1.260 litros de PPO ("Pure Plant Oil" en inglés) (Puente, 2010, De Jongh y Nielsen, 2011).

4.3.5. Monedas feriales de corta duración

Se trata de monedas que funcionan exclusivamente durante una feria de trueque. Este modelo consiste en la organización de una feria de trueque en la que se establece un Ecobanco. Los participantes en la feria entregan parte de sus productos traídos a esta institución para obtener vales sólo válidos durante esa feria. El personal del Ecobanco evalúa el valor de cada producto para concederle al depositario la cantidad adecuada y estos circulantes son aceptados entre los participantes de la feria porque tiene todo el inventario como respaldo para garantizar su valor. Al terminar el evento, los participantes vuelven a pasar por el Ecobanco para llevarse productos equivalentes a los vales obtenidos (Primavera, 2006). Barbosa Dias et al. (2015) consideran las ferias de economía solidaria en Brasil como *puente entre el mercado y los productores de los Emprendimientos de la Economía Solidaria que se realizan por medio de la participación, de la cooperación, de la democracia y de la autogestión, o esa bajo las formas de colaboración solidaria.*

Un ejemplo similar de esta práctica es la feria que se organiza al inicio de agosto en Dolores Hidalgo, Guanajuato, México en la que participan distintas entidades a lo largo

⁵⁶ <http://www.funder.hn/>

y ancho del país que están involucradas en la economía solidaria. Se entregan vales denominados mezquites que tienen valor sólo durante la feria con el fin de impulsar transacciones entre expositores, aunque la falta de explicación sobre el sistema por parte de los organizadores del evento genera el malentendido y/o el uso no apropiado de este medio de intercambio (Santana, 2009).

Estas dificultades encontradas en México son la consecuencia del desconocimiento de los expositores sobre la naturaleza de la moneda social y también del hecho de que estos expositores vienen a la feria con la intención de ganar los más pesos posibles. También merece la pena subrayar la falta de cohesión social entre estos expositores que están geográficamente esparcidos. En caso de ferias barriales con más frecuencia (semanales o quincenales), es más fácil fomentarla por la facilidad de establecer relaciones humanas entre los expositores que se ven a menudo no sólo en este evento de comercialización sino también en otras ocasiones como vecinos, y hasta es posible organizar juegos y/o talleres como el de las cinco columnas (véase 4.6.3) o "Apreciando Lo Nuestro" (véase 4.3.4) para hacer que la producción esté orientada a la autosuficiencia, pero esto no es el caso de Dolores Hidalgo con muchos comerciantes que llegan allí sin saber nada de la moneda ni entender la filosofía que está detrás de este medio de intercambio.

4.3.6. Terra (Mundo, una propuesta)

Terra es una propuesta por Bernard Lietaer de estabilizar el comercio internacional, propenso a los altibajos de las divisas. Lietaer (2004b) señala que los cambios en las últimas décadas en el sistema monetario han dado como resultado la *falta de un estándar internacional de valor, ampliación de los altibajos coyunturales, punto muerto institucional e inacción política*, presentando diferentes características de esta iniciativa monetaria como:

- *moneda complementaria* (que no será la de curso legal)
- de *emisión privada* (de una alianza privada no gubernamental, similar a la tarjeta de crédito Visa)
- *moneda referenciada en comercio* (moneda respaldada con una canasta básica de productos y servicios más importantes en el mercado global)
- *oxidable* (véase 3.3)
- *resistente a la inflación* (el respaldo con productos y/o servicios impiden que la moneda pierda su valor)

La moneda se creará cuando un socio de esta iniciativa vende algo, por ejemplo, un millón de barriles de petróleo. Se cotizará el valor del petróleo según el mercado y circulará entre diferentes actores económicos del mundo. Se cobrará entre el 3,5 y 4 % de oxidación por año para estimular las transacciones en esta MSC y también para cubrir su propio costo operativo, y esta moneda terminará su ciclo de vida cuando algún actor económico decida reembolsarla con los productos y/o servicios depositados (se

necesitará pagar unos 2 % de tasa de comisión para desestimular este cambio). Se prevén las siguientes ventajas de este mecanismo:

- Standard estable e internacional de valor
- Ser contracíclico (véase 4.5.1)
- Reajuste de los intereses financieros a preocupaciones a largo plazo
- Posibilidades de que las multinacionales y los países menos desarrollados conviertan sus propiedades como materia prima en liquidez
- Oferta del capital de trabajo a menor costo
- Oferta de un sistema más confiable que el barter comercial
- Estabilidad política de diferentes países como fruto de prosperidad económica
- Estímulo de inversiones a los países menos desarrollados

Hay un punto que necesita ser considerado, no obstante, para una buena implementación de este sistema: Friedman (1951) señala dos factores que afectan la elasticidad del abastecimiento de mercancías que sirven como respaldo para tales iniciativas: (1) los posibles cambios entre reservas monetarias y las no monetarias y (2) la elasticidad del abastecimiento actual de la canasta de mercancías de reserva. Si se trata de mercancías cuya reserva suele ser muy limitada, su abastecimiento no es suficientemente flexible como para responder a las fluctuaciones de los precios, por lo tanto, es fundamental elegir adecuadamente las mercancías.

4.3.7. Características de MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios

Las experiencias históricas de monedas con patrón oro también pertenecerían a esta categoría, pero este epígrafe se dedica a otros respaldos (véase 2.1.2 sobre la evolución histórica del patrón oro).

Obviamente el grado de aceptabilidad del respaldo es el factor *sine qua non* para el éxito de tales MSCs: Ardrón y Lietaer (2006) mencionan un ejemplo histórico en Irlanda donde circulaban los cheques de la cervecería Guinness como si fuera una MSC, puesto que esa marca de cerveza era ampliamente aceptada por la población.

Quisiera destacar el carácter contracíclico de estas monedas: suben los precios de bienes y servicios cuando se produce una inflación, pero el dinero sigue siendo respaldado con los bienes depositados que serán reembolsables a la misma tasa de cambio. Los portadores preferirán recuperar estos respaldos a comprarlos en el mercado ya que son más "baratos", reduciendo así la masa monetaria para frenar la tendencia inflacionaria. En épocas de deflación se generará un fenómeno al revés en que los portadores de bienes querrán depositar su producto, ya que pueden "vender" a precio más alto. Así se inyectará más liquidez a la economía para empujar los precios hacia arriba, evitando que la economía caiga en la espiral deflacionaria. Este mecanismo

automático de estabilizar precios tendrá un peso significativo cuando una moneda sea introducida a nivel nacional o internacional. A este respecto también merece la pena resaltar la universalidad del valor de esta moneda respaldada con bienes a nivel internacional, cuyo carácter se aprovechará al máximo en caso de Terra.

Un problema que puede surgir en Terra es el posible privilegio de productores de los bienes depositables sobre el resto de los actores económicos: por ejemplo, si la canasta de Terra está compuesta de petróleo, hierro y trigo, los productores de trigo pueden siempre “vender” sus productos al depositarlos en este sistema monetario mientras que los productores de arroz, maíz, soja y/u otros alimentos no disfrutan esta misma ventaja. La garantía de convertibilidad de productos en moneda de curso legal otorga a sus productores un mejor acceso a la liquidez y es importante estudiar este aspecto para lograr la imparcialidad.

4.4. MSCs emitidas en base a crédito mutuo

4.4.1. LETS (Mundo)

LETS es el modelo más universal que se ha extendido a decenas de países en el mundo: Reino Unido en 1986 (Seyfang, 2002), Alemania en 1986 (Pierret, 1999), Australia en 1987 (Liesch y Birch, 2000), Francia en 1994 (Laacher, 1998), Corea del Sur en 1998 (Chun, 2006 y Kang y Hong, 2015) y Japón en 1999 (Lietaer, 2004a). Su primera experiencia nació en Comox Valley, Columbia Británica, Canadá, en 1982 como iniciativa de Michael Linton para impulsar transacciones entre los habitantes en un pueblo donde recién había cerrado una mina de carbón. En alemán suele llamarse como *Tauschring* (anillo de intercambio) donde se puede percibir influencias del dinero oxidable de Silvio Gesell (Pierret, 1999) y en francés “SEL” (Système d’Échange Local). Existen varias redes nacionales de iniciativas⁵⁷. Schraven (2000) explica que estos sistemas de intercambio tienen las siguientes tres funciones: la de gestionar transacciones, la de conceder créditos y la de satisfacer la demanda con la oferta.

Se crea una cuenta con saldo cero (ni positivo ni negativo) cuando una persona entra al sistema. Los socios intercambian bienes y/o servicios y cobran y/o pagan íntegra o parcialmente en esta unidad de cuenta interna, lo que significa que alguien tiene que tener un saldo negativo para que otro(s) socio(s) tenga(n) saldo positivo. Con esta estructura es obvio que la suma de todos los saldos es siempre cero.

Sin embargo, el saldo positivo en LETS no debe ser considerado como equivalente al saldo positivo en cuentas bancarias: se interpreta el saldo positivo como *sus expectativas*

⁵⁷ LETS Link UK (Reino Unido): <http://www.letslinkuk.net/>

Tauschring (Alemania): <http://www.tauschring.de/>

SÉLIDAIRE (Francia): <http://seldefrance.communityforge.net/>

de la energía laboral y el negativo como *energía laboral disponible para cumplir obligaciones no realizadas*. Pero el saldo positivo no vale para aquellos socios que no consiguen bienes / servicios que necesiten, cuando los socios con saldo negativo rechazan ofrecer bienes / servicios en LETS y/o cuando los socios con saldo negativo se van o se dan la baja sin liquidarlo (Jackson, 1997).

En algunos países, se considera LETS como recuperación de la red de reciprocidad dentro de la comunidad. El uso frecuente de la palabra *pumasi* (품앗이, ayuda mutua en el trabajo agrario) en LETS coreanos significa la recuperación del espíritu ancestral del campo dentro del contexto urbano y (post-)industrializado (Hirota, 2012). En Hungría se implementó varios LETS con el fin de recuperar el mismo concepto denominado *Kaláka*, que había sido perdido durante décadas del comunismo, con algunos éxitos y fracasos y enfrentando algún rechazo de la población que veía esta iniciativa como *una reversión romántica al pasado mítico, idílico y feliz que no podría funcionar en las nuevas condiciones de la economía de transición, en una sociedad compleja como la Hungría moderna* (North, 2004).

Della Peruta y Torre (2015) muestran que LETS sirve también para desempleados al darles la oportunidad de mantener sus capacidades, de evitar la depreciación de su capital y de preservar o hasta extender su red profesional, recomendando algunas políticas públicas para favorecer esta MSC como herramienta social para solucionar problemas del desempleo: 1) que los desempleados encuentren un ingreso adicional y la posibilidad de mantener su capacidad y 2) que no haya demasiadas regulaciones jurídicas y/o fiscales para impedir el desarrollo de LETS.

Por su carácter, LETS tiende a atraer personas y/o colectivos interesados en alternativas, aunque con el paso del tiempo incorpora otras personas y/o colectivos menos progresistas. Williams (1997) constata que los LETS en Australia tienen un alto porcentaje de *verdes* (38,3%), *personas de poco ingreso* (31,9%) y *personas activas en la comunidad* (27,7%). Gran (1998) demuestra el perfil particular de los participantes de cuatro LETS en Noruega, muy diferente que el de la población en general del país escandinavo (sólo el 15% de los participantes son mayores de 50 años, el 70,9% son mujeres, el 81,9% tienen educación universitaria, el 89,7% han participado en voluntariado y una preferencia a los partidos políticos izquierdistas y verdes), advirtiendo el riesgo de que un alto grado de homogeneidad ideológica *excluye estructuralmente cualquier otra persona*. Caldwell (2000) demuestra que los socios de North Herts LETS en Reino Unido prefieren una calidad de vida (suficiente tiempo para hacer lo que les plazca, un trabajo de autorrealización, un sentido de comunidad, acceso a servicios públicos, acceso a parques / espacios abiertos, un ambiente limpio y seguro, seguridad ambiental para futuras generaciones, seguridad financiera para futuras generaciones, amor y soporte desde familias y amigos y preservación de recursos naturales y especies) a un puesto de trabajo

bien remunerado. Schroeder (2002) también menciona este carácter en los Tauschringe en Hanover y alrededores, Alemania.

North (2006) e *ibid.* (2007) describe la historia de LETS en Mánchester, Reino Unido. El sistema nació en noviembre de 1992 con 120 socios cuando cuatro corrientes distintas se reunieron (cuáqueros y laboristas, el Partido Verde en Mánchester, un movimiento verde y anarquista y una red de ayuda mutua). Contó con 463 socios en su apogeo en abril de 1996, y desde entonces comenzó su descenso paulatino hasta su cierre definitivo en 2005. Se eligió "bobbin" (bobina) como nombre de la unidad de cuenta, ya que era el símbolo de la industrialización que vivió esta ciudad inglesa, aunque en dialecto local también significaba "inútil". Se necesitaban unas 40 personas y 150 horas para la administración del sistema y los socios cobraban 6 bobbins por hora por estas tareas administrativas, ya que en aquella época no era común la banca online y los socios necesitaban entregar a la oficina los cheques que constataban cada transacción para que se registrasen todos los movimientos de los saldos. Esta iniciativa tenía un carácter aparente de un movimiento social que era *resistente a la lógica del sistema capitalista*, con orientaciones que proponen alternativas, tales como la humanización y el *greening*. La falta de cotización entre bobbin y libra esterlina impidió la participación de comercios.

Ingleby (1998) indica, como otro problema, la falta de la clase obrera en LETS en Australia, ya que esto significa el exceso de servicios profesionales y la escasez de otros servicios, tales como fontanería y cuidado de niños. Laacher (1999) constata que en Francia sólo el 4% de SELs tratan de necesidades básicas y el 3% se dedica a la reinserción de personas, aunque el 59% se refiere a la creación de relaciones humanas como *vocación*. Fitzpatrick (2000) señala que el Departamento de Seguridad Social en Reino Unido dificulta que LETS desarrolle sus potencialidades de las siguientes tres formas: 1) por desalentar a los beneficiarios de la Seguridad Social a entrar a LETS, 2) animar a los miembros de LETS que abandonen este sistema de intercambio cuando se convirtieron en beneficiarios de la Seguridad Social o ya lo eran y 3) convencer a los beneficiarios a reducir sus actividades de LETS para no llamar la atención de la autoridad británica.

Williams et al. (2001a) muestra un perfil bastante particular de los socios en Reino Unido donde dos tercios ganan menos de 20.000 £ por año y sólo el 25,2% entran a este sistema de intercambio *por propósitos ideológicos*.

En cuanto a la incorporación de desempleados y su reinserción en la economía, Williams et al. (2001a) concluyen que estos sistemas de intercambio sirven principalmente para emprendimientos de autónomos y para la creación de redes de ayuda mutua, mencionando varias barreras (falta de cobertura nacional en Reino Unido, su poco conocimiento en el público, el desinterés de los propios desempleados, no saber cómo contribuir al resto de los socios y miedo a la intervención del estado británico). Williams et al. (2001b) señalan que el propio LETS genera poco empleo directo (empleo

como oficinistas en la administración de este sistema) e indirecto (facilitar el acceso al empleo), aunque sirve para *mejorar la empleabilidad indirectamente* a través de la recuperación de autoestima, del aprendizaje de nuevas capacidades y de la nueva cohesión social nutrida allí, concluyendo que los socios *están adoptando una 'ética laboral' en vez de 'ética de empleo'*. Aldridge et al. (2003) argumentan que LETS se acomoda mejor a la clase media que *ya gozan de los actuales procesos socioeconómicos actualmente predominantes*, cuestionando la utilidad en mejorar la calidad de la parte más marginalizada de la población.

Es importante destacar que LETS ha enfrentado algunos problemas legales. En Francia SEL tuvo un problema grave cuando las transacciones en esta moneda fueron acusadas por ser *trabajo no declarado* y necesitó esperar la sentencia del tribunal superior que las justificó como *ayuda mutua* (Blanc y Fare, 2010). Y las transacciones en LETS en Reino Unido *son imponibles si son ganadas durante el curso de la profesión normal de cada uno* (Seyfang, 2002), o sea un abogado profesional necesita declarar sus ingresos y pagar impuestos correspondientes (IRPF e IVA) si gana por ofrecer asesoría jurídica a otros socios mientras que es exento de este trámite si obtiene esta moneda al dar sus libros de segunda mano y/o por enseñar el inglés.

Magnen y Fourel (2015) y Marguerit y Privat (2015) presentan el resultado de sus encuestas realizadas en 2014 sobre los SELs franceses, estimando que el número de SELs activos ronda entre 350 y 400, de los cuales 96 respondieron. Hoy en día la mayoría de estas redes (79%) están en zonas urbanas y el número promedio de socios es de 40 en la zona rural y de 79 en la zona urbana. El 80% de las iniciativas nacieron sin ninguna entidad preexistente y unos 90% ya tienen la personalidad jurídica, una cifra superior a la del 71% en 2004. El perfil más típico de un socio de SEL es una mujer con educación superior sin dificultad económica a pesar de que a veces está desempleada (aunque más del 70% son de profesión intermediaria, empleado o profesión intelectual), y el 70% de los socios son mayores de 50 años. Cada sistema está operado con presupuesto escaso de sólo 350 euros por año (valor mediano: aunque el SEL más opulento cuenta con 3.000 euros) y cuenta con un amplio voluntariado para sostenerse.

Tres cuartos de los SEL cuentan con un sistema centralizado de contabilidad en que todos los socios deben registrar cada transacción en la oficina mientras que el resto está basado en la contabilidad individual, lo que es más frecuente en zonas rurales. El 70% de SELs tienen saldos negativos y/o positivos máximos y casi 60% los controlan con regularidad, aunque no es suficiente para impedir corrupciones de que un socio entra al sistema sólo con el fin de gastar hasta el máximo saldo negativo y desaparecer antes de ser sancionado y/o expulsado. Los bienes y servicios más frecuentemente intercambiados allí son: vestimenta, libros, jardinería, bricolaje, cocina, uso compartido de coches y cursos y se realizan esfuerzos para evitar la oferta frecuente para evitar la

competencia con los profesionales, una práctica establecida después del juicio en Ariège en 1997 cuando tres socios fueron acusados del trabajo clandestino.

Han existido también experiencias similares en el Este de Europa, aunque pocos han sobrevivido. Hungría es el único país donde existen decenas de iniciativas mientras que los tres LETS que nacieron en la República Checa entre 1999 y 2006 cesaron sus actividades, en Eslovaquia había entre 10 y 15 entre 2000 y 2005, de los cuales sólo sobrevivió uno y en Polonia también se han extinguido casi todas las experiencias (Jelínek et al., 2012). Se explica la excepcionalidad de Hungría con la *segunda ola* que surgió a partir de 2007 cuando la gente quedó desilusionada de la sociedad poscomunista.

Existe una red de redes de intercambio en la Comunitat Valenciana que se llama Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Red de Redes de Intercambio Valencianas, Xarxa XXIV)⁵⁸. Esta iniciativa surgió en base a distintas experiencias, tales como el decrecimiento (véase 5.2.4), consumo de productos ecológicos, huertas comunitarias y bancos del tiempo, aunque es verdad que el movimiento 15-M en 2011 le ayudó a crecer. Allí participan tres redes en la Provincia de Castellón (Castellón, Plana Baixa y Palancia Mijares) y seis en la Provincia de Valencia (Camp de Túria, Meliana, Horta Nord, Horta Sud, Morvedre y Buñol) y se realizan dos ferias por mes donde vienen socios de distintas redes para intercambiar productos. En octubre de 2014 cuentan con 1.865 socios (entre 50 en Palancia Mijares y 327 en Horta Nord) y hasta ese mes se han realizado 31.507 transacciones para intercambiar 418.089 Ecos⁵⁹.

Todas las redes comparten sus Principios Básicos y Normas de Funcionamiento (Anexo 1) y cada red toma sus decisiones en asambleas con el fin de buscar consenso unánime sin establecer ningún comité representativo, practicando completamente la democracia directa, con comisiones en las que puede participar cualquier socio interesado. La participación de los socios en la asamblea no es sólo su derecho sino también su obligación, ya que su ausencia repetida significa su deseo de salir de la Red. Cada red tendrá un voto en las reuniones coordinadoras de toda Xarxa XXIV, sea cual sea el número de sus socios. Todas las redes utilizan el servicio sudafricano CES⁶⁰, que se ofrece gratis a cualquier red de intercambio⁶¹. La moneda se denomina ECO y equivale a euro

⁵⁸ <http://coordinaciolavintiquatre.blogspot.com.es>

⁵⁹ Fuente: <http://www.slideshare.net/mig76/presentacin-de-ecoxarxa-por-javier-rodrigo> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

⁶⁰ <https://www.community-exchange.org/>

⁶¹ De hecho, España es el país más activo del mundo en este sistema. De 756 redes inscritas allí, 218 son españolas (28,84%), seguidas por Estados Unidos (123, 16,27%), África del Sur (51, 6,75%), Finlandia (47, 6,22%), Nueva Zelanda (34, 4,5%) y Australia (31, 4,1%) en 11 de junio de 2015.

(10 Ecos = 10 euros = 1 hora de trabajo), aunque no se permite canjear entre estas dos monedas, y se acepta hasta 300 Ecos negativos, lo que podrá superar cuando sea aprobado en la asamblea. Se permite cobrar parte del costo (no superior al 50%) en euro, por ejemplo, un campesino puede vender un litro de aceite de oliva por 5 ecos, 1 euro + 4 ecos o 2,50 ecos + 2,50 euros (pero no, por ejemplo, 3 euros y 2 ecos).

Talente Vorarlberg⁶² es otra experiencia que sigue siendo exitosa en Vorarlberg, el estado más occidental de Austria con apenas 2.601 km² (Cf.: las provincias vascas de Álava y Vizcaya tienen 3.037 km² y 2.217 km², respectivamente) donde viven unas 378.000 personas. A pesar de ser el estado más alejado de la capital nacional Viena (hay que destacar que desde la capital regional Bregenz están más cercas ciudades extranjeras como Zurich, Suiza (121 km) y Munich, Alemania (187 km) que Viena (619km)) y contar con una geografía muy montañosa, ya que se sitúa en medio de los Alpes, la abundancia de los recursos hídricos y la riqueza natural apta para estaciones de esquí han favorecido la industrialización y el desarrollo de la industria turística respectivamente, convirtiéndola en una de las zonas más prósperas del país (el PIB per cápita es superior al promedio nacional) con poca preocupación por el desempleo.

Esta moneda fue iniciada en 1996, cuando la moneda oficial era el chelín. La unidad de cuenta, el Talente sigue siendo equivalente a la antigua moneda nacional, aunque con la transición al euro en 2002 se estableció la cotización actual de 100 Talente = 1 hora de trabajo = 10 €. El número de los socios de Talente seguía creciendo de 95 en 1997 a 778 al inicio de 2013, aunque después ha habido un pequeño decrecimiento del número de socios a unos 700, involucrando a unas 2.000 personas. La descentralización del sistema tributario favorece este sistema, ya que la autoridad fiscal estatal en Austria permite el pago de impuestos en esta moneda. El saldo negativo permitido es de 3.000 Talente para individuos y 5.000 Talente para comercios locales y asociaciones, aunque se puede exceder en casos excepcionales. En los últimos años la facturación anual en esta moneda regional ronda entre 2.5 y 3 millones de Talentes y entre 3.500 y 4.000 Talente por socio.

Greco (2013) propone el uso del indicador Ratio del Resultado de Facturaciones (Sales Performance Ratio) para medir el ejercicio tanto individual como el colectivo. El primero es la facturación diaria promedio de un socio, dividida por el saldo final, para evaluar su ejercicio individual. Si un socio compró 450 y vendió 300 en un plazo de 15 días, su saldo final es $300 - 450 = -150$, su facturación diaria promedio es de 20 ($300 / 15$) y la Ratio será de $-7,5$ ($-150 / 20$). Si esta cifra es razonablemente cercana a 0, se puede considerar que esas personas con saldo negativo han estado ofreciendo suficientemente bienes y servicios a cambio y que no les cuesta demasiado trabajo volver

⁶² <http://www.talente.cc/>

al saldo cero. El segundo es la facturación diaria promedia de todo el sistema, dividida por el conjunto de saldos positivos (= saldos negativos) para analizar si los socios en general están realizando compraventas de forma equilibrada. En este caso también, cuanto menor es el saldo positivo, más sano es el sistema, porque esta cifra significa que todos los socios siguen realizando compraventas sin que se acumulen demasiados saldos positivos y/o negativos.

4.4.2. Bancos del Tiempo (Mundo)

Los Bancos del Tiempo (Timebank, BdT) son iniciativas similares a LETS que acabamos de estudiar, pero el repertorio de intercambios está restringido a servicios medibles en tiempo (Esta sección no incluye Fureai Kippu, experiencia japonesa similar pero distinta debido a su respaldo en yen: véase 4.2.9). La primera experiencia de esta índole nació en Washington D.C., Estados Unidos en la década 1980 con la denominación de "Time Dollar" (dólar del tiempo) como iniciativa del abogado Edgar Cahn para alentar a las personas a dedicarse al voluntariado y este instrumento *beneficia a los socialmente excluidos al involucrarlos en el voluntariado mutuo y la participación comunitaria* (Seyfang, 2002). La Tabla 5 muestra las siete "desventajas" según los economistas, seguidas por refutaciones.

Tabla 5: Siete “Desventajas” y sus refutaciones

Desventaja	Refutación
Una moneda local que no se puede gastar fuera de la comunidad donde vive cada participante	Se necesita el anclaje territorial para impulsar comunidades, ya que la libertad excesiva de movimiento del dinero oficial ha agotado muchas economías locales
Se requiere darse de alta para poder recibir y gastar horas	Se intenta crear una nueva confianza entre diferentes tipos de personas, a diferencia del dinero oficial que no la requiere para realizar transacciones
Está muy restringida la variedad de bienes y/o servicios asequibles en horas	Se excluye el acceso a lo no deseable, tales como sobornos y drogas
Algunos servicios deben valer más que otros de acuerdo con los principios del mercado	El salario refleja más el status social y la jerarquía antigua que el verdadero valor de trabajo
La necesidad de registrar la transacción después de realizar el servicio es inconveniente	Sólo se trata de registrar transacciones.
Las horas no tienen ningún tipo de garantía por parte de autoridades gubernamentales	Se trata de servicios básicos, entonces el no conseguirlos no plantea problemas demasiados serios
No hay mucho incentivo para ganar estas horas	Hay personas incentivadas a ofrecer sus servicios en hora pero no en dólar, debido a la naturaleza humanista de horas

Fuente: adaptación por el autor en base a Cahn (1992)

Cahn (1992) deja, además, las siguientes observaciones:

- Más de la mitad de los participantes a *Time Dollar* no lo habían hecho en el año anterior
- El *Time Dollar* mejora el status de los voluntarios dentro de la organización
- El *Time Dollar* realmente aprecia las mujeres por remunerarles debidamente
- Una vez que se estrechan las relaciones humanas, muchas personas comienzan a rechazar cobrar horas

Las transacciones suelen ser realizadas a través del intermediario que se encarga de la coordinación y todas otras tareas administrativas. A diferencia de LETS que anima a sus usuarios a contactar a otros socios directamente, los bancos del tiempo suelen tener coordinadores, sobre todo en Reino Unido, quienes han sido empleados para este fin.

A partir de la década 1990, este modelo empieza a expandirse en otros países. En Reino Unido nació el primer BdT en Stonehouse, Gloucestershire (Seyfang, 2003) y más iniciativas *ha(n) estado pilotados y promovidos por la New Economics Foundation con todas las características de una 'perspectiva' alternativa sobre riqueza, trabajo, dinero y ética* donde un porcentaje significativo (58%) de los participantes tienen ingreso anual inferior a 10.000 £ (Seyfang, 2010). En 2016 existen casi 300 bancos del tiempo a lo largo del territorio británico, creando *una fuente adicional de soporte* que no se produciría si no existiera este esquema de ayuda mutua y generando una actitud más proactiva (Seyfang, 2003). Spice, una empresa social en el País de Gales, aprovecha este esquema para la co-producción de servicios públicos, logrando un éxito en el caso de vivienda (Naughton-Doe, 2011).

A diferencia de LETS, que generaba controversias desde el punto de vista laboral, el Banco del Tiempo no plantea ninguna amenaza a los trabajos en la economía formal al considerar sus transacciones como *iniciativa social para la mejora de los servicios sociales y expansión del voluntariado* y de hecho fue activamente promocionado (Dittmer, 2014). Cahn (2001) explica que los bancos del tiempo no tratan de *crear una alternativa al mercado* sino son para *reconstruir una economía fundamentalmente diferente, la economía del hogar, de la familia, de la vecindad y/o de la comunidad*, o sea para el fomento de una economía no apreciada en el paradigma económico actual. New Economics Foundation (2008) recomienda la puesta en marcha de BdTs no sólo entre individuos sino entre individuos y entidades y también entre entidades, además de proponer al sector público *encajar redes de intercambio, tales como los bancos del tiempo, dentro de las organizaciones públicas, incluso las cirugías de los médicos, hospitales, escuelas y agencias inmobiliarias*. Sin embargo, su operación requiere la puesta en marcha de una estructura permanente para intermediar entre los solicitantes y los oferentes del servicio y Seyfang (2002) propone, entre otros, una forma más sostenible de financiación para mantener este sistema, en especial para cubrir los gastos del personal dedicado a ayudar que se satisfagan tales necesidades.

Collom (2007) realizó una encuesta a 505 socios de bancos del tiempo en Estados Unidos y obtuvo 233 respuestas. Se destacan las motivaciones de necesidad y de valores y los encuestados señalan "estar demasiado ocupado/a", "ningún socio le llama" y "difícil de contactar a otros socios" como problemas que restringen transacciones, planteando la necesidad de realizar algo para que los socios contacten entre sí para pedir servicios (la agencia de intermediación y/u encuentros físicos podrían servir para este fin). El nivel de participación en las actividades es tan bajo que tres cuartos respondieron "nunca" o

“casi no”. También las tareas, tanto profesionales (70,89%) como domésticas (59,52%), son elementos que impiden la participación activa de los socios.

Collom (2012) analiza datos obtenidos de Portland West Time Dollar Exchange que nació en Portland, Maine, Estados Unidos, en 2002 y acabó en junio de 2006 cuando se agotó el subsidio para mantener este proyecto. Este banco del tiempo tenía pocos socios (menos de 40) hasta finales de 2003, pero desde entonces aumentó para llegar a su apogeo en el XIV trimestre (abril a junio de 2005) y contaba con 71 socios cuando terminó el proyecto. El número total de horas intercambiadas durante todo el tiempo (4 años y medio) era de 6.712 horas, de las cuales el 47,6 % eran eventos y apoyos al programa, el 9,3 % eran la venta y el alquiler de productos, el 6,5 % eran la limpieza y otras tareas domésticas, el 6,3 % eran la enseñanza, la consulta y servicios personales, etc. También se intercambiaron horas para el transporte y mudanza (5,8 %), salud y bienestar (4,8 %), construcción, instalación, mantenimiento y reparación (4,3 %), servicios alimenticios (3,8 %), apoyos administrativos (3,7 %), producción de artes y artesanías (3,6 %), ordenadores y tecnología (1,7 %), belleza y spa (1,7 %) y entretenimiento y contacto social (1,0 %). La mayoría de los socios tenía saldos positivos (3 horas o más, 45,1%) o balanceados (menos de 3 horas positivas o negativas, 41,7%) y sólo 2,1 % de los socios, mayoritariamente organizaciones que pedían voluntarios, tenían saldos negativos de más de 20 horas. En cuanto a la cantidad de horas participadas, casi la mitad contestaron que participa con 5 horas o menos (28,2 % sólo una hora y 19,1% 2 a 5 hora) mientras que el 30% participan más de 20 horas y el 10% más de 70 horas.

En Québec (Canadá) nació en 2001 l'Accorderie⁶³ como iniciativa de la Caisse d'économie solidaire Desjardins et la Fondation Saint-Roch de Québec, combinando el BdT, crédito solidario y compra colectiva (Fare, 2012a). El sistema recibe el subsidio anual de 100.000 dólares canadienses para *alquilar la oficina y emplear tres funcionarios a tiempo completo* (Lizotte y Duhaime, 2011). En 2011 se firmó un acuerdo entre la Red de l'Accorderie y la Fundación Macif para implementar esta experiencia quebequense en Francia y en ese mismo año iniciaron dos iniciativas de l'Accorderie en el territorio galo. En junio de 2012 hay 1.759 miembros y en 2011 se realizaron 4.273 transacciones en Québec (Fare, 2012b). Fare (2012a) explica que se realiza este sistema a través del *endeudamiento multilateral* basado en la *confianza*, mostrando alto grado de satisfacción con el resultado de la encuesta (ejemplos: el 88,4% de personas responden que se ha dado de alta a l'Accorderie para participar a la construcción de la comunidad local, el desarrollo de la solidaridad es el motivo principal de participación para el 94,8%) y, aunque las horas intercambiadas no son muy relevantes (27 horas por año por promedio), el 69,5% consiguen servicios que no se conseguirían sin este sistema de intercambio.

⁶³ <http://www.accorderie.ca> (en Québec), <http://www.accorderie.fr/> (en Francia)

En España, el BdT fue introducido en 1997 por la asociación Salut i Família junto con el Ayuntamiento de Barcelona en el contexto de Programa de Acción Comunitaria para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la Unión Europea (Méndez y Altés, 2009). Después del cierre del programa siguieron las experiencias existentes y/o surgieron las nuevas para conseguir que diferentes ayuntamientos, fundaciones y/o asociaciones estuvieran interesados en impulsarlas y en noviembre de 2016 existen 312 bancos del tiempo⁶⁴. Se implementaron también dentro de algunos ambientes específicos, como bancos escolares (Molina y González, 2006) y bancos corporativos (Cortés, 2010). Además, los artículos 43 a 46 de la Ley Gallega 2/2007, de 28 de marzo, del trabajo en igualdad de las mujeres se dedican a los bancos municipales, obligando a la Xunta a realizar esfuerzos para promover tales iniciativas.

Cuenca (2011) critica la falta de cifras disponibles sobre el resultado de BdT en España porque muchos de ellos *son de gestión pública o son financiados por ellos*, exigiendo la transparencia del uso de los fondos públicos. Se refiere también a los "pseudo-BdT", denunciando sus prácticas con las siguientes palabras:

(U)na especie de clubes de ocio, financiados públicamente, que no utilizan correctamente el sistema y que podrían tener un efecto perverso en las posibilidades de uso de los BdT como herramienta para afrontar los retos de la actual y futura agenda ciudadana.

En Portugal la asociación GRAAL tomó la iniciativa de difundir esta experiencia a partir del año 2000, contando con el apoyo de Maria de Belém Roseira, entonces Ministra de la Igualdad, y el primer BdT nació en Abrantes. A finales de 2014 existen 29 experiencias, tanto en Portugal continental como las regiones autonómicas de Madeira y de Azores, con más de 1.900 socios de los cuales el 74% son mujeres (Banco de Tempo, 2014).

En Grecia, el primer BdT nació en octubre de 2006 en Atenas como parte de las actividades de la Sucursal Griega de la Red Europea de Mujeres⁶⁵ aunque su membresía no se limitaba al género femenino. Este banco tiene una característica particular de limitar la validez de la hora a seis meses con el fin de evitar su acumulación por algunos socios, estimulando a los socios con horas excedentes a gastarlas y/o a donarlas (Sotiropoulou, 2012).

⁶⁴ Fuente: https://15mpedia.org/wiki/Lista_de_bancos_de_tiempo_de_Espa%C3%B1a

⁶⁵ <http://www.enow.gr>

Papaoikonomou y Valor (2016) describen bancos del tiempo en España y Grecia, clasificándolos principalmente en tres categorías que vemos a continuación (Tabla 6), mencionando el sentimiento de vergüenza y falta de confianza como motivos que frenan pedidos, lo que estanca las actividades de estos bancos del tiempo.

Tabla 6: Comparación de tres categorías de bancos del tiempo

	Lógica política	Lógica social	Lógica del bienestar social
Objetivo	Crear alternativas al sistema neoliberal predominante	Fomentar la cohesión social	Ofrecer
Estructura	Democrática, igualitaria, no jerárquica, asamblearia	normalmente vertical: un equipo determina políticas y pide consenso en reuniones mensuales	Vertical, toma de decisiones de arriba a abajo
Relación entre socios	Recíproca (dar y recibir)		Dividida entre "beneficiarios" y "voluntarios"

Fuente: elaboración propia del autor en base a Papaoikonomou y Valor (2016)

En Nueva Zelanda ("Aoteaora" en maorí, idioma de los indígenas en este archipiélago), el primer BdT nació en 2005 en Lyttleton, un pueblo portuario en la región de Canterbury (capital: Christchurch), y realizó 16.054 horas de transacciones hasta 2010 (444 horas por mes). Sus miembros apreciaron las oportunidades de capacitación brindadas por este BdT, el papel activo del coordinador en la facilitación de intercambios, la utilidad de las capacitaciones, además de fomentar la cohesión social (Ozanne, 2010).

Molnar (2011) describe el único banco del tiempo que existe en Suecia. Se llama TidsNätverket i Bergsjön⁶⁶ que nació en 2007 en Bergsjön, a las afueras de Gotemburgo. La particularidad de este BdT sueco consiste en su uso exclusivo en las actividades grupales (tales como curso de teléfono móvil organizado por jóvenes para los mayores, visita guiada a un museo, barbacoa y una fiesta de bienvenida para los nuevos vecinos)

⁶⁶ <http://www.tidsnatverket.se>

y en 2009 participaron unas 1.600 personas en las 72 actividades. No se permiten transacciones P2P, porque se requeriría pagar impuestos según la legislación nacional y también reduciría la ventaja de usar este medio de intercambio para conseguir servicios necesitados porque este costo en moneda oficial sería demasiado alto. Como logros cabe mencionar el empoderamiento (confianza y capacidades socializadoras, aumento de autoestima, acceso a nuevos conocimientos, etc.) y el fomento del capital social (reciprocidad, creación de nuevas relaciones humanas y/o fortalecimiento de las existentes). Por otra parte, es menester señalar los siguientes desafíos:

- Desconocimiento entre la población sobre el funcionamiento del banco del tiempo (crédito en tiempo)
- Necesidad de dedicarse por suficiente tiempo para ser un participante activo
- Dificultad en atraer participantes preparados para asumir la responsabilidad de crear actividades
- Falta de relaciones sociales entre los socios heterogéneos
- Dependencia excesiva del sistema al gestor

Otro punto de vista esencial para comprender los BdT es *co-producción*, definido por Alfred (1998) como *el involucramiento de ciudadanos, clientes, consumidores, voluntarios y/u organizaciones comunitarias al producir servicios públicos, al consumir o al disfrutarlos*. Cahn (2000) destaca los cuatro valores, vinculándolos a este tema: *Propiedades* (Las personas son la verdadera riqueza y por lo tanto no se desecha a nadie), *Redefinición del trabajo* (Se evaluará cualquier trabajo sin subordinación, discriminación o explotación), *Reciprocidad* (Interdependencia en vez de dependencia unilateral) y *Capital social* (Fortalecimiento de relaciones humanas). Needham (2007) señala las siguientes tres ventajas, refiriéndose a la potencial de que la co-producción se convierta en una herramienta tanto *terapéutica* como *diagnóstica*:

- Se reconocen las opiniones y las pericias de las personas en las ventanas de servicios públicos como resultado de interacción regular con usuarios del mismo servicio
- La co-producción puede transformar las actitudes de los ciudadanos de manera que se mejoren los servicios
- Por hacer hincapié en la entrada de los usuarios en el proceso productivo, la co-producción mejora la eficiencia asignativa, haciendo que los proveedores de los servicios públicos y sus jefes más sensibles a las necesidades y las preferencias de los usuarios

Sin embargo, la definición de Alfred (1998) no se encaja perfectamente a la realidad del BdT. El papel del sector público (ayuntamientos o gobiernos autonómicos en algunos casos) se limita a proveer el financiamiento adecuado para la construcción de la plataforma necesaria para la operación del BdT sin involucrarse en sus prácticas día a día. Si el propio ayuntamiento se convirtiese en un socio más del BdT, sería posible ofrecer (ej.: curso de informática e idiomas y alquiler de establecimientos públicos etc.) como pedir (ej.: ayuda en el mantenimiento del jardín botánico y voluntarios en eventos), lo que en realidad no ha sucedido hasta ahora. Si bien el intermediario podría jugar un papel similar al del sector público, sería más apropiado considerar su no intervencionismo como una política de *laissez-faire* en el campo de la co-producción. Gregory (2009) señala tres puntos sobre la co-producción a través del BdT:

- **El uso del BdT no necesita desarrollar la co-producción:** no hace falta agregar otros mecanismos para que el BdT impulse co-producción.
- **Una aplicación exitosa del BdT facilitará su crecimiento:** lo importante es introducirlo en un campo, ofrecer un pequeño éxito y después ampliarlo en otros ámbitos.
- **Estos cambios dependen del intermediario:** todo depende de la capacidad del intermediario a estimular nuevas transacciones.

Existe también la aproximación a BdT como una herramienta de lucha contra la pobreza y la exclusión social: van Kuik (2009) elige el BdT como mejor modelo entre otros tipos de MSCs para abordar el tema de la pobreza, aunque admite también que su mera implementación no es suficiente para lograr este fin. Sería también necesario que el BdT se pusiera en permanente contacto con la oficina de empleo, cámaras de comercio y/o potenciales empleadores para saber cuáles ofertas de trabajo hay y crear demandas de servicios relacionados con el fin de que los desempleados tuvieran experiencias precisamente en este propio campo. Por ejemplo, en una ciudad que vive el aumento de turistas en los últimos años, será fundamental que el BdT se concentre en pedir servicios relacionados con el sector de alojamiento (hoteles / hostales: tales como recepcionistas y cocineras en la cafetería), de gastronomía (cocineros profesionales y camareros), taxistas (en casos necesarios) etc., manteniendo el contacto con tales establecimientos locales para ver si realmente se puede ofrecer oportunidades de prácticas.

Dittmer (2014) señala la dificultad de usar este esquema para las transacciones de bienes (complicidad en medir el valor de bienes en términos de tiempo) y la falta de diversidad de servicios ofrecidos (la equivalencia de cualquier servicio desanima la oferta de servicios profesionales) como desafíos para el desarrollo de los BdT. Lee et al. (2004)

y Seyfang (2006) destaca el segundo punto, criticando la falta de servicios altamente cualificados.

Existe una propuesta de cobrar horas de trabajo como impuesto también para impulsar la redistribución de la riqueza. Théret (2015) parte del hecho de que actualmente estamos pagando una cantidad de dinero como impuesto para cubrir tareas políticas y administrativas que nosotros mismos podríamos realizar, y la clase pudiente preferirá emplear personas y pagarles cierta cantidad de dinero oficial a ofrecer su propia labor para cumplir esta obligación tributaria. Lietaer et al. (2012) sugieren un plan similar para la prefectura de Shiga, Japón con el fin de que los ciudadanos que viven allí realicen horas de trabajo dedicado a mejorar el medio ambiente del Lago Biwa, el lago más amplio del país que se sitúa en el medio de esta región.

4.4.3. Barter comercial (varios sistemas en distintos países)

El barter comercial se refiere a aquellos sistemas que se dedican exclusivamente a promover transacciones comerciales B2B (Business to Business), en especial entre pequeñas y medianas empresas (PyMEs), mediante su propio medio de intercambio. La experiencia de mayor envergadura a nivel mundial es Banco WIR que funciona en todo el territorio suizo, que se describe en 4.5.1 por tener su propia forma de emisión distinta a la de los demás sistemas de barter (emisión como concesión de crédito bancario).

En principio, el barter también está basado en el crédito mutuo y funcionan de un modo similar a LETS. Cada empresa socia comienza con el saldo cero y se le concede una determinada cantidad de crédito, o sea se puede gastar hasta cierto saldo negativo sin tener que pagar tasas de interés, y se puede aumentar este saldo negativo máximo a medida que gana la confianza del administrador de esta MSC. La operadora del sistema, independientemente de su forma jurídica de una empresa privada o una cooperativa (ejemplo: RES en Bélgica), cobra a los socios un cierto porcentaje de comisión en moneda oficial para cubrir sus costos operativos (mantenimiento de la TIC, pago de salarios a los funcionarios y costos de inmobiliario, entre otros).

Greco (2006) menciona las siguientes ventajas de sistema del barter comercial y los cuatro requisitos para su éxito:

Ventajas

- Un acceso privilegiado para un grupo de clientes potenciales
- Un papel activo en las transacciones comerciales por el cual las mismas ayudan a los miembros a encontrar clientes para sus ofertas
- Una ayuda para encontrar proveedores de mercancías y de servicios
- La posibilidad de pagar utilizando créditos comerciales internos en vez del dinero líquido

Requisitos

- La participación debe incluir todos los niveles de la cadena de abastecimiento, no sólo los minoristas sino también los mayoristas, los fabricantes, los productores y finalmente los proveedores de servicios independientes y empleados
- Los gestores del barter no deben entrar en conflicto con los intereses de sus clientes miembros (*cherry picking* y gasto ilimitado).
- Las tarifas aplicadas por el barter deben ser completamente revisadas.
- Cada miembro de un barter debería tener el derecho a recibir créditos sin tasas de interés

Prestemos más atención a los requisitos. El primero hace el hincapié en la importancia de conseguir la diversidad de PyMEs participantes para cubrir distintas etapas de producción – distribución – consumo. El segundo sirve para garantizar la equidad entre el gestor y el resto de los miembros y hay que evitar *cherry picking* (cosecha de fresa, que significa que los gestores se llevan los mejores productos / servicios encontrados en la red) y el gasto ilimitado (abusar su poder de creación monetaria para comprar demasiado). El tercero trata de mantener el costo operativo del sistema al mínimo mientras que el último ofrece una ventaja financiera significativa a todos los participantes, además de aumentar la sostenibilidad del sistema por dar solución a la situación descrita en 2.2.2 en que siempre hay más deuda que dinero en circulación.

Groppa (2013) presenta el funcionamiento de Punto Transacciones⁶⁷ que inició sus operaciones en El Salvador en 2008. Vale la pena destacar el hecho de que este país centroamericano fue dolarizado en 2001, lo que significa que el país ha abandonado completamente su soberanía monetaria en pro de la estabilidad de la divisa y es por lo tanto incapaz de inyectar nueva liquidez. Hasta 2012 el sistema seguía creciendo, llegando a tener unas 500 empresas socias y 2,2 millones de dólares de facturación. El 60% de los socios reconocieron la mejora de sus facturaciones gracias al sistema y el 70% utilizaron este mecanismo de financiamiento.

4.4.4. Características de MSCs respaldadas con crédito mutuo

El grado de éxito de las MSCs basadas en el crédito mutuo depende precisamente del nivel de confianza que existe entre sus propios usuarios, además de su capacidad de ofrecer productos y/o servicios que les interesen a otros socios. En caso de LETS y bancos del tiempo, se destaca, como otra ventaja, el fomento y la creación de nuevos lazos de cohesión social entre los socios, contribuyendo también a la inclusión social de personas marginadas. El éxito del barter comercial también depende de la disponibilidad de productos, los bancos del tiempo tienden a llamar la atención del sector público

⁶⁷ <http://www.puntotransacciones.com/>

interesado en el fomento de la cohesión social. Si bien algunos LETS llegan a contar con el apoyo de ciertos ayuntamientos (ejemplo: préstamo de oficina), el barter comercial suele ser independiente del sector público, salvo el caso de Sardex⁶⁸ en Cerdeña (Italia) en que el gobierno italiano mostró interés en implementar iniciativas similares en otras partes del país.

El principal desafío de este tipo de MSCs es que los socios necesitan comprar algo a otros socios cuando quieren darse de baja si no quieren perder todo el saldo positivo que han acumulado. Este desafío es similar al de las MSCs respaldadas con otros bienes y servicios (4.3) y es necesario que cada socio tenga ideas claras de qué puede comprar en caso de superávit.

4.5. MSC emitida como crédito bancario

4.5.1. Banco WIR (Suiza)

El Banco WIR, operativo desde 1934 en todo el territorio de la Confederación Helvética, es una cooperativa de crédito que ofrece préstamos en su propia moneda denominada WIR ("nosotros" en alemán, pero también abreviatura de Wirtschaft "economía"). Si bien suele ser clasificado como barter comercial (4.4.3), existe una característica que separa esta experiencia del resto: sólo el propio banco es capaz de generar esta liquidez. Mientras que otros sistemas de liquidación entre PyMEs permite que cada socio tenga un saldo negativo hasta un cierto límite, esta moneda empresarial se pone en circulación exclusivamente como crédito concedido por esta cooperativa.

La creación monetaria por Banco WIR es ventajosa también para las empresas socias, aunque en la coyuntura actual de la década 2010 es despreciable. Tradicionalmente la banca recibía dinero de los depositarios al cual necesitaba pagar tasas de interés. El WIR, sin embargo, se crea sin depender del depósito porque la propia entidad financiera juega el papel del banco central y los depositarios de WIR no cobran ningún interés. Esta índole de la MSC, además de su espíritu cooperativista, le permite al Banco WIR cobrar menos tasas de interés a los prestatarios.

Veamos este fenómeno de otro modo: si la tasa de interés es de 3% y el banco necesita 4% de margen, se ofrecen créditos del 7% (3 + 4 %) a los prestatarios, pero el Banco WIR puede ofrecerlos al 4% gracias a la no necesidad de pagar ese costo financiero a ningún depositario. Esta condición favorable incrementa la viabilidad del proyecto de la PyME que pide este préstamo y el propio prestamista corre menos riesgo de insolvencia. Pero este ahorro ha perdido su relevancia en los últimos años en la Eurozona y otros países

⁶⁸ <http://www.sardex.net/>

donde la tasa de interés oficial es prácticamente cero, eliminando una atracción de esta entidad financiera.

Stodder (2005) demuestra efectos contracíclicos del Banco WIR como Tabla 7:

Tabla 7: Relación entre la economía suiza y la operación del Banco WIR

Relación entre	Efectos
Desempleados en Suiza y número de socios del Banco WIR	Suele aumentar el número de socios cuando hay más desempleo
PIB de Suiza y facturaciones en WIR	Suele haber más facturaciones en WIR cuando se estanca el crecimiento del PIB
PIB de Suiza y créditos concedidos en WIR	Suele haber más créditos concedidos en WIR cuando se estanca el crecimiento del PIB
Cambio de inventario y facturaciones en WIR	Suele haber más facturaciones en WIR cuando aumenta el inventario
Cambio de inventario y créditos concedidos en WIR	Suele haber más créditos concedidos en WIR cuando aumenta el inventario

Podemos ver que el Banco WIR juega un papel complementario a la economía de franco suizo: cuando la economía oficial entra en retroceso, aumentan los desempleados, se ralentiza el crecimiento económico y muchos productos se quedan en el almacén sin poder ser vendidos. En esta situación aumentan socios al Banco WIR, facturaciones y también créditos concedidos en esta MSC, ya que es más fácil vender y pedir crédito en este banco cooperativo que en otros bancos comerciales.

4.5.2. Características de MSC emitida como crédito

A pesar de que el Banco WIR es la única experiencia en el mundo de emitir MSC como crédito, es muy significativo estudiar sus ventajas, en comparación con otras experiencias y también con la creación monetaria tradicional.

La principal ventaja que se puede mencionar con el Banco WIR, en comparación con la moneda oficial, es el menor costo financiero para la creación monetaria, aunque hoy en día ha perdido su relevancia debido a la bajísima tasa de interés oficial. Es cierto que, al menos en épocas anteriores con tasas de interés significativas, la facilidad de obtener la liquidez propia servía para atraer PyMEs interesadas en financiaciones baratas. Si bien en Eurozona esta oferta ya no vale casi nada, seguirá funcionando en otras partes del mundo donde este costo sigue siendo importante.

4.6. Monedas *fiat*

Las MSCs *fiat* son emitidas por los administradores sin contar con ningún respaldo físico o servicio. La propia denominación *fiat* significa "hágase" o "que exista" en latín y originalmente usaba en la Biblia, por ejemplo, *Fiat lux* (Sea la luz, Génesis, 1:3). Esta moneda está creada sin ningún respaldo y se pone en circulación exclusivamente en base a la ley según Aristóteles, o del *acuerdo dentro de la comunidad a usar algo como medio de intercambio* (Lietaer, 2001). Circulan estas monedas con tal de que haya confianza entre los usuarios de que estos medios de intercambio sean aceptados por otros actores económicos mientras que su funcionamiento empieza a estancarse cuando algunos usuarios se quedan con una cantidad excesiva de MSC sin poder gastarla.

4.6.1. Ithaca Hours y otras experiencias en Estados Unidos

Ithaca Hours (Horas de Ithaca) es una moneda local que circula desde 1991 en el Condado de Tompkins, Estado de Nueva York, cuya cabecera es Ithaca, a 220 millas (350 kilómetros) al noroeste de la Gran Manzana. El condado tiene una superficie de 492 millas cuadradas (1.274 kilómetros cuadrados) y aproximadamente 100.000 habitantes, además de más de 25.000 estudiantes de Cornell University y de Ithaca College que no están incluidos en la estadística oficial. Esta zona forma parte del "Rust Belt" ("Cinturón de Herrumbre", que se extiende desde Nueva York capital hasta Milwaukee (este del estado de Wisconsin). Tras la prosperidad de las fábricas, esta zona sufrió el proceso de desindustrialización cuando las fábricas se trasladaban al Sur y al Suroeste del país, a México y eventualmente a China (Jacob et al., 2004a, Papavasiliou, 2008). Aunque la permanencia de las instituciones académicas mantuvo la economía local, este proceso de deslocalización supuso un impacto sustancial entre los habitantes locales, lo que, junto con la cultura local progresista, contribuiría a la emergencia de esta moneda local.

Esta moneda fue iniciada por el activista comunitario Paul Glover quien, tras vivir el fracaso de LETS allí en la década 1980 al no conseguir más que 60 socios, se enteró de la experiencia de Deli Dollar en New Barrington, Massachusetts en que un comercio de comida para llevar vendió 5.000 dólares en cupones que se podían gastar después para financiar el costo de mudanza de 5.000 dólares (Jacob et al., 2004a). Existen billetes de diferentes denominaciones en hora (2, 1, 1/2, 1/4, 1/8 y 1/10, con la cotización fija de una hora = 10 dólares, salario estándar en este condado cuando se implementó esta moneda), y se emiten entre dos y cuatro horas cuando uno se da de alta, otras horas cuando alguien deposita dólares equivalentes en determinadas oficinas, cuando individuos o empresas piden préstamos sin tasas de interés en este medio de intercambio, o cuando el comité de gestión decide otorgar subsidios a asociaciones locales. Se permite limitar el porcentaje de aceptación en esta moneda para evitar la sobreacumulación (Papavasiliou, 2008). Esta moneda llegó a su apogeo en la segunda mitad de la década 1990 cuando contaba con unos 2.000 usuarios, y el sistema comenzó

a menguar a partir de 2005 cuando Glover dejó Ithaca para mudarse a Filadelfia (Douthwaite, 2011).

Jacob et al. (2004b) realizaron una encuesta a 42 usuarios de esta moneda local para perfilar su impacto, destacando su relevancia más simbólica que material: en términos del ingreso en moneda oficial, el 60,5% de los socios ganaba menos de 30.000 dólares por año mientras que el 21% ganaba más de 50.000 dólares, y más del 70% apoyaba el partido verde en un país particularmente caracterizado por el bipartidismo (Partido Demócrata y Partido Republicano). A pesar de que el 68,3% eran comercios, sólo el 30% y el 15% ganaba 500 y 2.000 dólares o más en esta MSC por año respectivamente.

Hasta mayo de 2004 se puso en circulación 12.273,24 horas, de las cuales 10.998,65 horas (el 89,6%) se emitieron como entrega a los nuevos socios o subsidios a las asociaciones. Es difícil medir exactamente cuántas están todavía en circulación, porque algunas fueron llevadas al exterior de la comunidad como recuerdos mientras que otras fueron simplemente atesoradas. Desde 2000 hasta 2008 se concedieron 3.920 horas de crédito y la masa monetaria sigue creciendo a ritmo moderado (Papavasiliou, 2008).

Papavasiliou (2008) aprecia los siguientes problemas en esta MSC:

- **Falta de ocasiones para obtener horas:** la mayoría de los miembros con pocas transacciones (menos de 5 horas por año) obtienen horas sólo gracias a la emisión de nuevos billetes al renovar la membresía anual, o sea prácticamente no realiza ninguna actividad económica para ganar este medio local de intercambio. Este problema se debe a la falta de oportunidades para que los miembros de esta MSC se promuevan como prosumidores (a diferencia que los Clubes de Trueque donde las ferias semanales en distintos barrios facilitaron la oferta de bienes y servicios)
- **Sobreacumulación de MSCs:** se describen cuatro casos de sobreacumulación (un restaurante, una cooperativa de consumo, una cafetería y una caja de ahorro) y, aunque los portadores quieren pagar parte del salario en esta moneda local, pocos empleados aceptan esta propuesta. La sobreacumulación también significa que una buena parte de la masa monetaria está atesorada sin realmente seguir circulando, dificultando aún más su obtención por otros miembros.
- **Poca participación de las personas marginalizadas:** a pesar de los objetivos puestos por Paul Glover, la mayoría de los usuarios son de origen europeo y de clase media/alta con educación superior y pocos son de clases marginadas. Este perfil demuestra la dificultad de que esta moneda local sirva para mejorar la calidad de vida de los más vulnerables por crearles una nueva fuente de ingreso.

Collom (2005) describe la tendencia de MSCs en Estados Unidos y comienza por demostrar un hecho poco alentador de que sólo 17 de las 82 iniciativas (20,7%) han

sobrevivido a la fecha de su investigación. Las ciudades con MSCs tienden a tener mayor porcentaje de personas con educación superior, autónomos y los no casados y la población tiene un alto nivel de movilidad, y las ciudades con MSC activa tienden a tener mayor porcentaje de jóvenes y menos porcentaje de los casados (Collom, 2005). Krohn y Snyder (2008) añaden que en abril de 2007 funcionaban aún menos, o sea sólo 12, cuestionando la eficacia de este medio de intercambio en la estimulación de la economía local.

Kirschner (2011) describe cómo Burlington Currency Project en Burlington, Vermont terminó su ciclo de vida en 2007 tras 10 años de existencia, señalando varios factores que funcionaron en contra de la sostenibilidad de este medio de intercambio local. Los principales problemas que enfrentó la organización en el interior de Nueva Inglaterra al inicio eran *encontrar apoyos de comercio, mantener una base consistente de voluntarios, marketear la organización, y una aproximación constantemente cambiante y floja de la emisión de Slices* (Slices era la denominación de la MSC). Además la falta de contabilidad sobre la cantidad de Slices emitidos, la acumulación de Slices entre algunos actores económicos, sobre todo agricultores, el descontento de socios de base y de largo tiempo con la participación de universitarios que entraron en el comité en 2005 y la falta de financiación necesaria para mantener la estructura eran los desafíos que surgieron después, y la imposibilidad de transformar la organización en una moneda B2B similar al Banco WIR, la única solución encontrada, dio fin a esta experiencia. Y concluye con las siguientes lecciones:

- No todas las MSCs logran éxito, pero vale la pena que las comunidades las experimenten.
- Las comunidades que inician monedas deben definir claramente el éxito e instituir objetivos medibles.
- Los billetes son caros y difíciles de administrar (se recomienda la introducción de TIC).
- Los modelos de ingreso y las fuentes confiables de ingreso son una parte importante del diseño inicial de la moneda.
- Las monedas (*sic*) deben vigilar para evitar caer en la trampa de emitir moneda para cubrir su propio desarrollo o arriesgarse en su degeneración en un sistema inflacionario.
- Las comunidades deben explorar nuevas estructuras legales de toma de decisión tales como cooperativas y sociocracia, entre otros.

Lepofsky y Bates (2005) describen la experiencia de PLENTY, una moneda similar a Ithaca Hours que nació en 2002 en distintos pueblos (Hillsborough, Carrboro, Saxapahaw y Pittsboro) que forman la región de Piedmont, Carolina del Norte, Estados Unidos. A cada nuevo socio se le entrega cinco PLENTYs (equivalente a 50 dólares). Su investigación demostró, sin embargo, la poca participación de los comercios locales (sólo

32%) y se observó el atesoramiento de esta moneda en tres comercios: una cooperativa de alimentación, un servidor de Internet y un restaurante con música en vivo. Además, encontraron dificultades, tales como la dificultad de que los consumidores obtengan nuevos PLENTYs, pocas transacciones B2B debido a la falta de diversidad de comercios que participan al sistema, preocupaciones sobre temas fiscales, división entre los ricos con alto nivel de educación y los obreros más humildes, y otros aspectos de los billetes (no caben en carteras normales para guardar dólares y atesoramiento de los billetes como recuerdos). Las siguientes recomendaciones fueron hechas por ambos autores:

- a) Aumentar la participación en la red de PLENTY
- b) Aumentar la circulación en la red de PLENTY
- c) Gestionar el futuro otorgamiento de PLENTY

4.6.2. Calgary Dollar (Canadá)⁶⁹

Una experiencia similar a Ithaca Hours que sigue funcionando desde 1996 es Calgary Dollar en Calgary, la ciudad más poblada de la Provincia de Alberta, Canadá, como proyecto de la Asociación Arusha Centre⁷⁰. Esta MSC no es la primera en la historia de esta provincia, ya que en 1936 el propio gobierno provincial emitió el "Certificado de Prosperidad" (*Prosperity Certificate*) que requería a su portador a pegar un sello del 1% cada semana en base a la propuesta de Fisher (1936), y tardó poco tiempo en que se prohibiera el uso de esta moneda provincial por las autoridades canadienses (Wheatly, 2006). El anverso del billete de un dólar declara lo siguiente:

(E)l tesorero provincial pagará al portador la cantidad de un dólar al pasar dos años a partir de la fecha de la emisión del mismo con la presentación del mismo, con tal de que se hayan pegado ciento cuatro sellos del certificado en su reverso.

Volviendo a la iniciativa contemporánea, existen billetes de 1, 2, 5, 10, 25 y 50 dólares y se considera que un dólar de Calgary equivale a un dólar canadiense. Se emite esta moneda local, inicialmente denominado como "Bow Chinook Barter Community", cuando los socios se dan de alta (cada uno de ellos recibe 20 dólares) o cuando el Arusha Centre decide conceder subsidios a los proyectos sociales y/o ambientales. Se otorgaron 11 subsidios de entre 200 y 3.000 dólares de Calgary a distintas organizaciones comunitarias (arte, activistas y servicios comunitarios) y 4 préstamos a PyMEs e individuos

⁶⁹ <http://www.calgarydollars.ca/>

⁷⁰ <http://arusha.org/>

entre junio de 2000 y junio de 2005 (Mascornick, 2007). Este sistema contó con el apoyo financiero de United Way hasta 2011. Desde 2000 cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Calgary que desde 2003 sigue financiando este proyecto. La encuesta realizada en 2009 revela que un 30% de los encuestados está por debajo del umbral de pobreza (Wheatly et al., 2011).

4.6.3. Club de trueque (Argentina)

Los clubes de trueque fueron una experiencia relevante en la historia de las MSCs por su envergadura enorme que logró: una iniciativa que nació como una feria de excedentes entre 23 vecinos en Bernal (Quilmes), a 17 km del centro de Buenos Aires, se convirtió en amplias redes nacionales con miles de "nodos" y millones de beneficiarios, brindándole un ingreso adicional de unos 600 dólares, doble del salario mínimo (Gomez, 2009). Aún hoy en día sigue siendo relevante su éxito histórico que les ayudó a millones de los *prosumidores*⁷¹ a sobrevivir la crisis económica que golpeó este país entre 2001 y 2002, pese a que la gestión inapropiada de sus propios medios de intercambio denominado "crédito" causó una hiperinflación en esta economía paralela y muchísimos prosumidores desconfiados del sistema dejaron de asistir a estas ferias.

Se fundó el primer club de trueque como iniciativa conjunta de dos vertientes: una era ecologista (Programa de Autosuficiencia Regional, "PAR") mientras que la otra era empresarial (La Red Profesional). A Carlos De Sanzo, de PAR, se le ocurrió la idea de *aprovechar los excedentes de unos y transformarlos en ofertas para otros, sin que mediara el dinero como forma de acceder a los bienes en intercambio* (Primavera et al., 1998). La asociación ecologista contó con el apoyo de la Red Empresarial, promovida por Horacio Covas con el fin de comunicar ofertas de trabajo entre los socios, y organizó la primera feria de este tipo el 1 de mayo de 1995. Se celebraban las ferias todos los sábados y después los dos se dedicaban a registrar cada transacción en los ordenadores, una tarea que les costaba horas y horas de todos los fines de semana, cuando Rubén Ravera, otro colega de PAR, les propuso el uso de vales. Estos vales no sólo les liberaron de estos largos trabajos sino también facilitaron la implementación de esta experiencia en otras partes de la República Argentina, también gracias a las apariciones positivas en los medios de comunicación, a la organización de las jornadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (Hintze et al., 2003).

Estos clubes de trueque estaban regidos por la Declaración de Principios de la Red Global de Trueque que se muestra a continuación (Primavera et al., 1998):

Declaración de Principios de la Red Global de Trueque

⁷¹ Un término acuñado por Toffler (1980).

Capítulo 4: tipología de MSCs

1. Nuestra realización como seres humanos no necesita estar condicionada por el dinero.
2. No buscamos promover artículos o servicios, sino ayudarnos mutuamente a alcanzar un sentido de vida superior, mediante el trabajo, la comprensión y el intercambio justo.
3. Sostenemos que es posible remplazar la competencia estéril, el lucro y la especulación por la reciprocidad entre las personas.
4. Creemos que nuestros actos, productos y servicios pueden responder a normas éticas y ecológicas antes que a los dictados del mercado, el consumismo y la búsqueda de beneficio a corto plazo.
5. Los únicos requisitos para ser miembro de la Red Global de Trueque son: asistir a las reuniones grupales, capacitarse y ser productor y consumidor de bienes, servicios y saberes, en el marco de las recomendaciones de los Círculos de Calidad y Autoayuda.
6. Sostenemos que cada miembro es el único responsable de sus actos, productos y servicios.
7. Consideramos que pertenecer a un grupo no implica ningún vínculo de dependencia, puesto que la participación individual es libre y extendida a todos los grupos de la Red.
8. Sostenemos que no es necesario que los grupos se organicen formalmente, de modo estable, puesto que el carácter de red implica la rotación permanente de roles y funciones.
9. Creemos que es posible combinar la autonomía de los grupos, en la gestión de sus asuntos internos, con la vigencia de los principios fundamentales que dan pertenencia a la Red.
10. Consideramos recomendable que los integrantes no respaldemos, patrocinemos o apoyemos financieramente - como miembros de la Red - a una causa ajena a ella, para no desviarnos de nuestros objetivos fundamentales.
11. Sostenemos que el mejor ejemplo es nuestra conducta en el ámbito de la Red y en nuestra vida fuera de ella. Guardamos confidencialidad sobre los asuntos privados y prudencia en el tratamiento público de los temas de la Red que afecten a su crecimiento.
12. Creemos profundamente en una idea de progreso como consecuencia del bienestar sustentable del mayor número de personas del conjunto de las sociedades.

Aunque es más apropiado considerar esta declaración como manifiesto de ideales que la formulación de reglas vigentes, se pueden percibir algunos conceptos claves que regían aquellos espacios de intercambio sin el uso del peso argentino: el primer principio rechaza la circunstancia actual en que el dinero restringe la calidad de vida, el segundo y el tercero presentan su objetivo de crear una economía basada en la ayuda mutua y en la reciprocidad, el cuarto y el sexto promueven la producción y el consumo responsable, el quinto aclara las obligaciones de los socios (*prosumidores*), el séptimo confirma la libre asociación, el octavo implica la posibilidad de organizar estas ferias de intercambio sin personalidad jurídica, el noveno garantiza la autonomía, el décimo recomienda la neutralidad a la ideología y a las religiones, el decimoprimer protege la privacidad y el

decimosegundo busca maximizar el bienestar social. Powell (2002b), sin embargo, identifica elementos tanto favorables como alternativos al capitalismo dentro de las prácticas de los Clubes de Trueque, explicando que la participación masiva de los *nuevos pobres* (los que cayeron de la clase media debido a la crisis económica) jugó un papel fundamental en el crecimiento explosivo. Coraggio (2003), a pesar de reconocer que esta *economía popular* tiene *capacidades y necesidades que el mercado capitalista excluye*, alerta la posibilidad de que se produzcan acumulaciones en la economía del trueque, proponiendo una serie de mecanismos para evitarlas.

Primavera (2015b) señala que la emisión de cuasimonedas por las propias provincias (véase 4.7.3) legitimó el uso de otras monedas paralelas, destacando la importancia de la autogestión de este medio de intercambio a nivel local, regional y nacional. Scott Cato (2006) argumenta que se puede aplicar esta experiencia histórica en Argentina para superar dos problemas que enfrenta Reino Unido: falta de liquidez e inestabilidad financiera.

Gomez (2012) analiza la sostenibilidad de diferentes redes de trueque desde el punto de vista de los siguientes cuatro factores: 1) voluntad de los actores a imponer las reglas, 2) una serie de mecanismos para exigir el cumplimiento de la regla y realizar sanciones, 3) ventaja para los actores en base a lograr la sinergia de recursos, sobre todo alimento y 4) costos operativos del sistema.

La Red Global de Trueque, la más grande de todas las redes, no implementó reglas a cumplir, no trató de abastecer alimentos y carecía de recursos para cubrir costos necesarios de operación, por lo tanto, era poco sostenible y vivió su propia consecuencia. LA Red de Trueque Zona Oeste, la segunda mayor red que existía en el Oeste del Conurbano Bonaerense, consiguió poner en vigencia las reglas gracias a la capacidad y a la personalidad del líder y había un centro de datos para evitar el doble registro de la misma persona en diferentes nodos. El líder también conseguía traer alimento por su capacidad de negociación con los productores y duraba este sistema mientras que había suficiente donación para cubrir el costo operativo, pero la sostenibilidad dependía de la capacidad organizativa de este propio líder. La Red de Trueque Solidario en zonas más acomodadas incluía personas con alto nivel educativo y motivación ideológica, existía un alto grado de autogestión democrática, incluso cumplimiento de reglas, tenía diferentes grados de éxito en términos de la provisión de alimentos y había alto costo operativo, lo que vulneró su sostenibilidad. Y otros clubes independientes, que no pertenecían a ninguna de las tres redes ya descritas, solían ser de menor tamaño, lo que facilitó la aplicación de reglas y, mientras que el costo operativo no era significativo, la falta de alimentos y/u otros productos importantes impidió generar tanto impacto como se producían en otras redes, logrando la mejor sostenibilidad entre todos los modelos.

Gomez y de Wit (2015) señalan un aspecto muy particular de esta experiencia: protesta al sistema monetario dominante, o sea, *una protesta micropolítica al gobierno, al sistema económico globalizado y los instrumentos de control que los sostienen*. Si bien esta experiencia nació en un contexto completamente ajeno a ideologías, llegó a tener matices políticos a medida que el sistema económico y político oficial perdió la confianza del pueblo, especialmente entre los *nuevos pobres*, normalmente aquellos con alto nivel de educación que cayeron de la clase media, porque su resistencia a mantener su nivel de vida fue fácilmente vinculada con su proceso de politización. Mientras que los *pobres tradicionales* sin formación académica siempre vivían una vida de la clase vulnerable por lo que su preocupación era la supervivencia, situación aprovechada por los *punteros* (interventores políticos) del Partido Justicialista, popularmente conocido como su denominación anterior del Partido Peronista, que les ofrecieron su ayuda clientelista para poner nodos a cambio del apoyo político. O sea, el mismo fenómeno presentaba un panorama contradictorio, compuesto de la protesta política de los nuevos pobres y de la dependencia de los pobres tradicionales al clientelismo.

En cuanto a los precios, se consideraba que un crédito equivalía a un peso argentino y por lo tanto también a un dólar estadounidense hasta enero de 2002 cuando se modificó la Ley de Convertibilidad, aunque se observaban indicios de hiperinflación. Gomez (2015) señala que los precios variaban bastante entre diferentes nodos de la misma Zona Sur del Conurbano Bonaerense y, aunque al inicio se suponía que un crédito equivalía a un peso argentino, se determinaban los precios en esta MSC en la práctica bajo otros principios, tales como el equilibrio entre la oferta y la demanda, la forma de conseguir productos (obsequiados o comprados en pesos), la cantidad de esfuerzos para fabricar productos (por ejemplo: los de preparar pizza en base a diferentes ingredientes), el grado de la conciencia de los prosumidores por el precio justo y también el conocimiento del consumidor (los prosumidores solían vender más barato a sus conocidos y a sus amigos), y se mantenían varios precios en diferentes nodos debido a la falta de una red eficiente de distribución, lo que afectaba sobre todo a los alimentos. Se solía evaluar la mano de obra menos en créditos que en pesos, debido a que los prosumidores, que habrían sido simplemente desempleados si no hubiera existido el Trueque, prefirieron tener alguna vida social. Sin embargo, la hiperinflación en esta MSC destruyó la confianza de los prosumidores en este medio de intercambio. Louge (2005) enumera los siguientes como factores de la violenta subida de precios:

- Falsificación masiva de créditos
- Venta masiva, contra pesos oficiales, de créditos a los prosumidores o a nuevos miembros por parte de miembros de la red
- Cobranza ilegítima de 50 créditos por administradores y particulares
- Ingreso masivo de marginados que sólo consumían sin producir
- Registro del mismo miembro en varios clubes y cobranza múltiple de 50 créditos

- Liquidación masiva de tenencias en créditos por bienes y servicios ofrecidos en la red
- Centralización de la administración, sin controles ni transparencia en la asignación y emisión de la moneda, y consecuente “sobreemisión inflacionaria”
- Ruptura de “ayuda mutua” producida por la afluencia masiva de la población

El mismo modelo se practicaba en distintas partes de Venezuela como resultado de un fuerte empuje dado por el presidente Hugo Chávez a partir del año 2005 dentro del contexto de la *revolución bolivariana* y allí se concedían los vales cuando un socio se da de alta, con la obligación de devolver la misma cantidad al darse de baja (Dittmer, 2011). En 2014 funcionan 14 sistemas en este país donde los precios *solidarios* son considerablemente inferiores en moneda social que en moneda oficial (bolívar fuerte) y la mayoría de las ferias reunían menos de 100 personas (Dittmer, 2014). Pereyra (2007) destaca el aspecto del género en las prácticas de los clubes de trueque, haciendo alusión al predominio de las mujeres (la participación en estos clubes de trueque era compatible con las tareas domésticas mientras que a los hombres se les esperaba que buscaran un empleo fuera de casa y consiguieran ingresos en pesos, aunque el desempleo masivo durante la crisis inundó las ferias con hombres también), a la tendencia de los pocos hombres a maximizar el lucro al aprovechar su mejor movilidad y la de las mujeres a crear una red de ayuda mutua, y al empoderamiento a las mujeres.

4.6.4. El Túmin (México)⁷²

“Educar para Transformar,

Transformar para Educar”

(Carlos Núñez,

educador mexicano)

El Túmin, que significa “dinero” en la lengua totonaca, uno de los idiomas indígenas, aunque etimológicamente esta palabra está relacionada con la castellana “tomín” (una moneda con 0,596 gramo de oro) que proviene de “tumn”, “ochavo de adarme” en árabe (Real Academia Española), es la moneda social más próspera en México, iniciada en 2010, año del bicentenario de la independencia del país y centenario de la Revolución, por un grupo de vecinos en Espinal (Veracruz), un municipio de unos 25.000 habitantes con unos

⁷² <http://www.tumin.org.mx/> Se escribe con acento “Túmin” porque el totonaco tiene su propia ortografía distinta a la del castellano.

80% de la población considerada como “pobre” según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Al inició contó con el apoyo de la Red Unidos por los Derechos Humanos, A. C. (RDH) y el Centro de Investigación Intercultural para el Desarrollo, A. C. (CIIDES) de la Universidad Veracruzana Intercultural (UVI), aunque después se retiró la segunda entidad, para crear un espacio económico libre de las presiones del sistema oficialista del peso mexicano que están basadas en la lógica del capitalismo neoliberal. (Castro y Ochoa, 2014).

Vale la pena destacar, para describir esta región, que a unos 30 kilómetros de la cuna de esta moneda social, se encuentra El Tajín, una ruina de la civilización totonaca que fue una vez la ciudad más próspera en la costa norte del Golfo de México entre los siglos VII y X y que hoy en día es Patrimonio de la Humanidad según la Unesco. Papantla, otra ciudad donde se usa esta moneda, es famosa por su rito de los voladores en que cuatro hombres descienden paulatinamente desde lo alto de un palo de unos 30 metros altura para rezar por la fertilidad. La revista quincenal de El Túmin se llama Kgosni, que significa “voladores” en totonaco (Ochoa, 2016). Es una zona donde se ha preservado la cultura totonaca hasta hoy en día y existe un alto nivel de interés por esta cultura autóctona, y es en este contexto sociocultural que dio luz a El Túmin.

La idea de crear una moneda propia surgió de un grupo de pequeños productores y desde el inicio tenía un enfoque regional que no se limitaba al estado de Veracruz sino también al de Puebla. A pesar de la dificultad de tratar con la gente acostumbrada al asistencialismo brindado por el gobierno y la falta de estudios previos sobre la situación económica de la región (porque los académicos involucrados no eran economistas sino antropólogos, gestores culturales...), consiguieron contar con la participación de diferentes organizaciones sociales en el proyecto y la neutralidad política sin ninguna injerencia de los partidos políticos. El proyecto nació como una moneda interna entre los socios que realizaban transacciones en base a los siete principios cooperativos y se imprimieron billetes de plástico de 1, 5, 10 y 20 Túmin (T) para impedir que cualquier persona pudiera falsificar billetes con su propia impresora en casa, y sus cuatro principios son *la confianza, la solidaridad, la ayuda mutua y la autonomía* (Castro y Ochoa, 2014).

El Mercado Alternativo donde se usa esta moneda en paralelo con el peso mexicano tiene una perspectiva particular, definida como *un comercio diferente al mercado capitalista, basado en los principios de confianza, solidaridad, ayuda mutua, autonomía; y es comunitario, cooperativo, sin intereses e independiente del gobierno* (Reglamento del Túmin). No se recomienda su acumulación sino su circulación permanente mientras que existe poca restricción en el repertorio de productos y servicios intercambiables en esta moneda (lo único que está prohibido es la entrada de establecimientos dedicados a la venta de alcohol o a la oferta de servicio sexual, aunque es posible comprar bebidas alcohólicas en otros establecimientos de alimentación general).

Al inicio el proceso de la difusión era muy lento, debido a la necesidad de convencer a los habitantes a participar uno por uno. Había que superar barreras culturales tradicionales en las que primaba la jerarquía frente a la cooperación. Debido precisamente a esta cultura convencional se excluían personas de los siguientes perfiles (Junta de Buen Gobierno, 2014):

- Los maleducados en la televisión
- Los que no creen en la confianza, en la solidaridad y el desinterés personal (aquellos que sólo piensan en base al egoísmo)
- Los muy "inteligentes" acostumbrados a robarle al otro lo que se pueda
- Los que no pueden confiar ni en sí mismos
- Quienes siempre buscan sacar ganancia de todo
- Los que no les gusta ver que la gente se ayude
- Los que carecen de la humildad para cambiar de opinión
- Quienes viven ensimismados y no les gusta compartir sus cosas, su tiempo, su vida
- Quienes no creen que otro mundo es posible
- Los que vive de estirar la mano o dejan su esperanza a los partidos políticos y a los programas de gobierno
- Los que no pueden aceptar ideas diferentes, otras creencias, modos distintos de ser y ver el mundo
- Quienes buscan el poder para controlar a los demás
- Los que aparentan ser tumistas para aprovecharse de la confianza que los compañeros les brindan

Para el éxito de esta MSC *no basta inventar señales sin ánimo de lucro de valor si al mismo tiempo no se establece una nueva lógica en la formación de su valor y tales casos de establecer precios*, (Medina, 2014) o sea se destaca la importancia de fomentar una cultura que promueva valores apropiados para el intercambio en Túmin sin acumulación de riqueza.

Cada socio recibe 500 T al darse de alta y no se necesita pagar ninguna cuota en peso mexicano. Como estos billetes no son reembolsables en pesos, se acepta esta moneda junto con la moneda oficial (ejemplo: 30 pesos y 5 T para una comida). Se pide a los socios aceptar al menos el 10% del importe en Túmin y devolver 500 T al dar de baja, y los comercios locales consideran estas monedas como vales de descuento. Los consumidores pueden obtener Túmin cuando compran en comercios locales pagando en pesos y solicitando el cambio en Túmin. Publican una revista quincenal Kgosni para compartir informaciones y noticias acerca de esta moneda, así como difundir lo que este movimiento pretende lograr.

El Túmin se enfrentó a una acusación por el Banco de México de que la impresión y la circulación de la moneda social eran ilegales, citando los siguientes fundamentos jurídicos:

- Artículo 117 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que dice: *los Estados no pueden, en ningún caso: ... III. Acuñar moneda, emitir papel moneda, estampillas ni papel sellado.*
- Artículo 234 del Código Penal que sigue: al que cometa el delito de falsificación de moneda, se le impondrá de cinco a doce años de prisión y hasta quinientos días multa. (se interpretaba que la creación de una MSC se encaja en esta categoría)

Sin embargo, finalmente, el caso no se llevó a juicio, ya que este grupo que emitía esta moneda no era un Estado y estas monedas no eran una versión falsificada del peso mexicano o cualquier otra moneda de curso legal en alguna jurisdicción del mundo. En 2014 funcionaba en 12 regiones en el Distrito Federal (Ciudad de México) y 8 estados (Chiapas, Estado de México, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tabasco, Tamaulipas y Veracruz) pero esta moneda, continuando su expansión a otros estados. En diciembre de 2016 el sistema cuenta con 1.217 tumistas, pero se estima que hay más en la práctica, porque hay personas que usan esta moneda sin darse de alta.

4.6.5. Bitcoin (mundo)⁷³

La criptomoneda es una moneda electrónica cuya seguridad (contra robo o alteración de valor) está garantizada por la criptografía. Bitcoin es el ejemplo más conocido que circula a nivel mundial pasando libremente las fronteras nacionales, aunque muchas de sus características no corresponden a los objetivos de las MSCs. Magnen y Fourel (2015) lo califica como *antiejemplo* debido a sus características de ser *anónimo* y *apátrida*. Sin embargo, aquí se tratará esta moneda para analizarla desde el punto de vista de la creación monetaria. Dupre et al. (2015) señalan *el riesgo de confusión de estas criptomonedas en la opinión pública con las monedas promovidas por las redes de economía social y solidaria bajo la forma de monedas complementarias*, alertando el peligro de que los defectos de este falso amigo de MSCs acabe dañando la imagen de otras monedas con fines sociales y/o ecológicos.

Esta criptomoneda fue implementada el 31 de octubre de 2008 en base a un mecanismo de pago online de Nakamoto (2008) para evitar la intermediación de instituciones financieras. Se define la moneda electrónica como *una cadena de firmas*

⁷³ <https://bitcoin.org>

digitales que se agrega cada vez que se realiza una nueva transacción y explicando su metodología para que el receptor de esta moneda se entere de su origen sin permitir que el portador gaste la misma moneda dos veces. Se crea este medio de intercambio a través del proceso denominado *minería* por el que los expertos informáticos realizan una cantidad de cálculos para llegar a extraerla, lo que requiere CPUs de alto rendimiento. Una vez que esté descubierta, esta moneda se pone en circulación dentro de la red global de usuarios sin depender de la intervención de las entidades financieras.

Es evidente que la creación de Bitcoin carece de mecanismos para controlar la masa monetaria. Se extraen nuevas monedas como consecuencia de numerosas operaciones matemáticas que no consideran la cantidad de Bitcoins ya puestos en circulación y su valor no está referenciado ni a las monedas oficiales ni a bienes tangibles, y la única garantía que da fe a esta criptomoneda es la existencia de una cantidad de personas dispuestas a aceptarla. Dupre et al. (2015) critican el hecho de que se ralentiza la creación de Bitcoin a medida que aumentan sus usuarios, ya que este sistema *otorga una ventaja considerable a los primeros iniciadores que han guardado bitcoins esperando su cesión ulterior*. La cantidad total de Bitcoin en circulación está programada para que nunca supere los 21 millones (Jansen, 2013), con independencia del número de usuarios, por lo que es muy probable que la masa monetaria no coincida con la creciente demanda, generando tendencias deflacionarias. Además, el protocolo para crear esta criptomoneda está implementado como una serie de fórmulas matemáticas complicadísimas y nadie puede participar en la posible revisión de este reglamento fundamental que determina quien obtiene cuánta liquidez y cuándo.

Existe un mercado para la compraventa entre Bitcoin y dólar estadounidense. Esta moneda virtual ha vivido violentos altibajos en su cotización, por ejemplo, desde 70,28 dólares el 05 de julio de 2013 hasta 1.127,64 dólares el 29 de noviembre de 2013, o sea su valor se multiplicó por 16 en menos de 5 meses. Desde marzo de 2014 esta moneda está relativamente estable, que vale entre 658,3 dólares el 06 de junio de 2014 y 199,63 dólares el 16 de enero de 2015 (Google Finance).

4.6.6. Características de monedas *fiat*

Las monedas *fiat* pueden ser emitidas sin que el emisor tenga nada que respaldar su valor, con ventajas y desventajas. La posibilidad de inyectar una nueva liquidez es muy importante para una economía agobiada por su escasez, aunque siempre se necesita ser cauteloso de la consecuencia que puede traer. En determinados momentos del Imperio Romano se recurrió al "envilecimiento" de la moneda para superar problemas de liquidez y de recursos para el Estado, aunque a costa de inestabilidad monetaria y pérdida de confianza.

Uno de los desafíos de las monedas *fiat* es, del mismo modo que las MSCs emitidas en base a crédito mutuo, su utilidad limitada, sobre todo cuando su portador no consigue

encontrar ofertas de bienes o servicios que necesita. Este problema se resolvería más fácilmente en los modelos respaldados o en los modelos de monedas creadas como crédito, ya que el portador podría reembolsar la moneda sobrante en dinero oficial u otros depósitos, o que otros usuarios endeudados aumentaran el porcentaje de aceptación de esta moneda. La misma libertad de crear moneda a partir de nada puede generar el inconveniente de no poder comprar nada, sobre todo si el repertorio de ofertas es poco atractivo para el portador de la moneda.

La sobreemisión es otro problema que necesita ser evitado a toda costa para mantener la confianza en el sistema: el colapso de los clubes de trueque en Argentina comprueba la fragilidad de la estabilidad de precios porque siempre se necesita equilibrar ofertas y demandas (se produce una deflación si ésta es menor que aquélla mientras que la inflación sucede en casos opuestos). El sistema carece de mecanismos para controlar la masa monetaria que tendrían otras monedas estatales (véase 3.5 y 4.7.2) y es fundamental diseñar bien estas monedas *fiat* para garantizar su equivalencia al dinero de curso legal.

Mascornick (2007) realizó una encuesta a los receptores de subsidios y préstamos realizados en Ithaca Hours y Calgary Dollar. Todos eran unánimes en preferir esta financiación en MSC a otros canales convencionales debido a la menor tasa de interés (préstamos) y a un proceso más sencillo (subsidios). También se observó el consenso entre todos los entrevistados en términos de su voluntad a promover este medio de intercambio.

4.7. Monedas emitidas por entidades públicas

4.7.1. La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Catalunya)⁷⁴

La Turuta es una moneda en Vilanova i La Geltrú (Barcelona) como un proyecto de la Transició VNG (Vilanova i La Geltrú), nacida en 2009 como iniciativa y transformada en 2011 como asociación ECOL3VNG⁷⁵ (ecosistema econòmic ecològic local de Vilanova i la Geltrú) en el contexto de Transition Towns (véase 4.2.6 para más información) con el fin de crear *una sociedad más EQUIVATIVA, PARTICIPATIVA Y SOSTENIBLE*⁷⁶. Sus fundadores Ton Dalmau y Carme Dastis asistieron al curso de verano sobre moneda social que se celebró del 11 al 13 de julio de 2010 en Almería para conocer más a fondo el tema y la moneda social se puso en marcha a finales de ese año. La denominación La Turuta

⁷⁴ <http://www.turuta.cat/>

⁷⁵ <http://transiciovng.blogspot.com/>

⁷⁶ Fuente: <http://transiciovng.blogspot.com.es/p/historia.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

proviene de la música de las comparsas que se toca allí durante el carnaval, demostrando su arraigo a la localidad. En 2012 esta iniciativa fue la anfitriona del Encuentro Estatal de Monedas Sociales y Complementarias⁷⁸ que se celebró del 12 al 15 de julio, y en 2013 comenzó a ofrecer su propio sistema online.

La asociación ECOL3VNG ha decidido iniciar este proyecto como parte de sus actividades con el fin de facilitar intercambios entre los actores socioeconómicos locales y así recuperar la riqueza local en la economía actual cada vez más globalizada y neoliberal donde la riqueza se concentra en pocas manos. Se define esta moneda como *SALDO VIRTUAL QUE CADA SOCIO/A TIENE EN SU CUENTA ONLINE*⁷⁹ que se puede cargar al ofrecer e intercambiar productos y/o servicios, colaborar a los proyectos aprobados por la asociación (administración de la Oficina de Cambio Local y trabajos en las huertas locales, entre otros: una hora de trabajo vale 10 turutas = 10 €) o cambiar euro y/u otras monedas sociales a Turuta en la Oficina de Intercambio. Si bien inicialmente se usaban tarjetas monedero tipo cartillas para registrar manualmente las transacciones, hoy en día todos los intercambios están registrados en el servidor de la página web que permite que los socios puedan trazar su propia historia y también la de cualquier otro socio, además de poder ver ofertas y demandas en esta moneda. A finales de noviembre de 2016, participan 349 socios, incluso 33 profesionales, circulan 46.797 turutas y se han intercambiado productos que valen 118.260 turutas.

Se clasifica esta experiencia como una de “monedas emitidas por entidad pública” y no una de “MSCs emitidas en base a crédito mutuo” (véase 4.4), pese a su similitud con el modelo LETS (véase 4.4.1), debido al hecho de que el saldo negativo está permitido exclusivamente para los proyectos aprobados por la asociación y no para los socios individuales ni para los establecimientos locales. Este esquema impide que el despilfarro desmesurado de algunos socios dañe la confianza de todo este sistema de intercambio (véase Jackson, 1997) y es la evaluación de cada proyecto, llevada a cabo por la propia asociación ECOL3VNG, que da fe a toda la moneda.

4.7.2. Moneda nacional oxidable (Gesell)

Gesell (1916), además de presentar la teoría de moneda oxidable (véase 3.3), propone implementarla como moneda nacional. Se trata de fundar la Administración Monetaria que se dedica a emitir esta moneda. Se cobra el 0,1% de oxidación por semana (en caso de aplicarla en euro, sólo se aplicará a los billetes de 10 euros o de mayor valor) o por período correspondiente (en caso de 1 euro y 5 euros, por ejemplo, se cobra la oxidación

⁷⁸ <http://encuentromonedasvng2012.blogspot.com/>

⁷⁹ Fuente: <https://communities.cyclos.org/turuta/#page-content!id=7762070814180740415>
(Última visualización: 16 de mayo de 2017)

de 0,01€ cada diez o dos semanas debido a la indisponibilidad de la moneda de 0,001 € y 0,005€ respectivamente) que podría materializarse mediante el pegado de sellos por valor correspondiente al reverso del billete (véase el Certificado de Prosperidad en 4.6.2, aunque allí la tasa de oxidación es 10 veces mayor del 1% por semana). Tanto la oxidación como la cobranza de impuestos funciona para retirar constantemente una parte importante de la masa monetaria y la Administración Monetaria controla la masa monetaria. Gesell prevé los siguientes efectos socioeconómicos:

a) sobre el comercio:

1. Circulación monetaria ininterrumpida y de ahí un aumento continuo de los pagos al contado.
2. Colocación ilimitada de mercaderías.
3. Eliminación de las depresiones económicas.
4. Eliminación de los factores que originaban las bajas de precios y de títulos ("crack").
5. Eliminación de las fluctuaciones en las coyunturas, que hasta ahora solían conducir a expansiones y contracciones periódicas de los negocios (alza y baja), ligadas a oscilaciones en los precios de las mercancías y de la moneda.
6. Exclusión de las maniobras bursátiles y la especulación.
7. Simplificación y abaratamiento del comercio en general.
8. Eliminación de la mayoría de los negocios minoristas, y el consiguiente traslado de los respectivos empleados a la esfera de producción.
9. Reducción de los elevados gastos comerciales actuales de 30 - 40% a 10 - 15%, aproximadamente.
10. Derogación de los derechos aduaneros proteccionistas, que resultan innecesarios, o sea la aceptación del libre comercio.
11. Eliminación de las causas económicas que conducen a las guerras.
12. Fomento de acuerdos monetarios, beneficiosos para todas las naciones, sobre comercio internacional.

b) sobre el capital, trabajo y salario:

- La moneda perderá su propiedad de producir intereses y descenderá al nivel de mercancía y de trabajo.

- Conversión incesante de todo excedente monetario en medios de producción, viviendas, etc., sin considerar el rendimiento (plusvalía, rentabilidad).
- Eliminación inmediata y permanente de la desocupación, desaparición completa del exceso de obreros.
- Reducción paulatina del interés de capital (plusvalía), que con la implantación de la libremoneda⁸⁰ en el comercio internacional se encamina a su desaparición total.
- Aumento paulatino de los salarios hasta la completa desaparición de la plusvalía. En tanto, empero, la plusvalía resulte de la renta territorial, ella será absorbida por nuestra gran reforma de la propiedad del suelo (libretierra⁸¹).
- El ahorro será más fácil:
 - a) porque el interés pagado hasta entonces al capital queda suprimido;
 - b) porque la producción y el intercambio de los bienes se desarrollarán sin obstáculos, es decir, ya no serán interrumpidos por depresiones económicas;
 - c) porque los gastos comerciales que absorbían alrededor del 30 a 40% de la producción bajarán a un tercio de ese monto.

La mayor garantía para este sistema es el hecho de que el propio gobierno acepta esta moneda como medio de pago de todo tipo de impuestos. El Talent en Vorarlberg (Austria) en 4.4.1 y Las cuasimonedas argentinas en 4.7.3 son buenos ejemplos que constatan esta característica, porque la obligación universal de pagar impuestos sirve también para que cualquier actor económico acepte este medio de intercambio.

Otra ventaja asociada con este sistema es que tanto la oxidación como la cobranza de impuestos sirven para frenar el crecimiento desmesurado de la masa monetaria: Gesell (1916) argumenta que la única preocupación de la Administración Monetaria es mantener adecuada la masa monetaria para que no haya ni inflaciones ni deflaciones sin permitir ninguna posibilidad de intervención política a este respecto. El gobierno siempre tendrá la libertad de gastar en caso de deflación con el fin de aumentar la masa monetaria.

⁸⁰ El término "libremoneda" (una sola palabra) está usado a lo largo de Gesell (1916) como sinónimo de "moneda oxidable".

⁸¹ El término "libretierra" (una sola palabra) es otro concepto acuñado por Gesell (1916) para referirse a distintos tipos de terrenos libres dispuestos para el cultivo.

El mayor obstáculo que hoy en día puede enfrentar este tipo de moneda es la dificultad en realizar el comercio internacional: es poco probable que esta moneda sea aceptada fuera del país de emisión salvo algunos ejemplos (zonas limítrofes y otras ciudades frecuentemente visitadas por ciudadanos de ese país con moneda nacional oxidable necesitarán tener algún mecanismo para recibir este medio de intercambio y cambiarlo en la moneda local) y se prevé la posibilidad de la coexistencia de dos monedas: la moneda nacional oxidable para impulsar la autosuficiencia nacional y el intercambio incesante de bienes y servicios y la moneda internacional para facilitar comercios más allá de la frontera nacional. Sería importante, por lo tanto, poner en circulación esta moneda oxidable en un país que ya tiene un alto grado de autosuficiencia.

4.7.3. Cuasimonedas (Argentina) y monedas municipales (España)

Argentina vivió una pluralidad monetaria no sólo debido a la prosperidad de los Clubes de Trueque y la preferencia popular del dólar estadounidense respecto al peso nacional, sino también con la puesta en marcha de distintas cuasimonedas emitidas por 10 provincias⁸² y hasta por el propio Gobierno Federal, con el fin de superar su propia crisis financiera.

El Artículo 126 de la Constitución actual de la República Argentina, vigente desde 1994, determina que las provincias no pueden *acuñar moneda; ni establecer bancos con facultad de emitir billetes, sin autorización del Congreso Federal*, pero al mismo tiempo cabe la interpretación de que sí pueden emitir monedas provinciales cuando obtenga el permiso del Congreso Federal, aunque en realidad a las provincias no les importaba encajarse en la legalidad ante una situación tan crítica como en 2001. El éxito de estas monedas provinciales dependía de los tres tipos de confianza: la metódica, la jerárquica y la ética. (Théret y Zanabria, 2007).

La cuasimoneda de mayor circulación era Lecop ("Letras de Cancelación de Obligaciones Provinciales"), emitida por el Estado Nacional, seguida por Patacón, implementado por la Provincia de Buenos Aires ("Bonos de Cancelación de Obligaciones de la Provincia de Buenos Aires"), y estas monedas paralelas, consideradas como letras de tesorería por el Fondo Monetario Internacional, fueron emitidas con tal de que cada emisor las aceptase como medio de pago de impuestos. Se estima que casi la mitad del efectivo en circulación durante dicha época se materializaba en estas cuasimonedas que sí funcionaron para complementar la falta de liquidez, ya que en 2001 estaba vigente la convertibilidad entre el peso argentino y el dólar estadounidense, lo que significaba que

⁸² Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Formosa, Tucumán, Catamarca, Chaco, Corrientes, Mendoza y La Rioja, en orden de la cantidad de bonos circulados. (Sbatella: 2011)

no se podía emitir la moneda de curso legal cuando no había reserva de dólar. (Sbatella, 2011)

La base jurídica para la emisión de LECOP era el Decreto 1004/2001 del 9 de agosto de 2001 mientras que la para Patacón era la Ley 12.727 del 21 de julio de 2001. Se emitía LECOP a través de provincias interesadas en emitirlo, además de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires⁸³ que ya había mostrado interés antes de la promulgación de dicho decreto, con tal de que estas "jurisdicciones" lo acepten para el pago impuestos y el cobro de subsidios. En cambio, el Patacón fue emitido con la condición de que la Provincia de Buenos Aires pagase a los portadores de este título el 107% del valor nominal un año después de su emisión. Sbatella (2011) señala las siguientes ventajas y desventajas aportadas:

Ventajas:

- Reactivación de las economías provinciales en el período de aguda crisis
- Estabilidad de precios
- Freno de la fuga de capitales de los circuitos de acumulación y de la corrida del dólar

Desventajas:

- Pérdida del Estado Argentina del control monetario
- Restricciones con transacciones interprovinciales
- No aceptación de cuasimonedas para el pago de impuestos nacionales (salvo Patacón)

Es menester destacar que Argentina no es el único país del mundo donde los gobiernos subnacionales o municipales emitieron su propio medio de intercambio. Santacreu (1986) describe la experiencia de monedas municipales en distintas partes de la Provincia de Alicante durante la Guerra Civil (1936 – 1939) como solución ante la falta de circulantes (también era común el uso de algunas mercancías de aceptación común, por ejemplo, el *jabón*, el *papel de fumar*, las *cajas de cerillas* y el *tabaco* (Ibid.), como medio de intercambio para suplir la falta del dinero oficial disponible. Gatch (2012) enumera vales municipales de anticipación fiscal en distintas partes de Estados Unidos en la década 1930 que podían usarse para la cancelación de obligaciones tributarias locales (se prohibía que un estado emitiera vales, pero se toleraba en caso de municipios),

⁸³ La Ciudad de Buenos Aires (también denominada como "Capital Federal") no pertenece a la Provincia de Buenos Aires cuya capital es La Plata.

y estas monedas lograron circular gracias a su poder pagar impuestos. La Provincia de Alberta, Canadá también emitió su propia moneda en la década 1930 (véase 4.6.2).

4.7.4. Características de monedas estatales

La clasificación de tales sistemas es un poco compleja, porque se los puede entender de dos maneras distintas: la primera consiste en tratarlos como moneda *fiat* que seguirá existiendo para siempre, dándole el señoreaje al emisor (Estado o Banco Central Nacional) mientras que la segunda los considera como moneda de crédito mutuo, en base a hecho de que el Estado, como emisor-deudor, puede liquidar su saldo negativo con la cobranza de los impuestos. Vamos a analizar más profundamente estos dos puntos de vista.

La interpretación de la moneda *fiat* centra su atención en el funcionamiento *de facto* de la moneda: según esta visión, el Estado (o el Banco Central, Comité Monetario Nacional etc.) no puede ni debe liquidar toda la moneda puesta en circulación, porque su papel no es equilibrar su balance sino inyectar una cantidad adecuada de masa monetaria para que se realicen las actividades económicas sin causar ni inflación ni deflación. Douthwaite (2011), sin embargo, advierte el riesgo de que, una vez que se permita al propio Estado crear dinero, preferirá crearlo y gastarlo a cobrar impuestos, lo que genera inflación, como demuestran experiencias. Dado que son alarmantes los casos de hiperinflación, tales como la Alemania en 1923 y Zimbabue hasta 2009 (véase 3.2.1 y 3.5), se recomienda establecer una autoridad dedicada al control de la masa monetaria que sea libre del Estado (Gesell, 1916, Jackson y Dyson, 2012 y Sigurjonsson, 2015). Esta autoridad vigilará los altibajos de los precios, deciden la cantidad de dinero en circulación.

La segunda interpretación como moneda de crédito mutuo está enmarcada en la suposición *de jure* de que todos los actores económicos dentro de un país necesitan pagar impuestos. Como el Estado es el único emisor de dinero, se reduce la masa monetaria cuando el gobierno decide gastar menos de lo que cobra a sus contribuyentes. La distinción entre el medio de intercambio y el medio de pago (Polanyi, 1977) es relevante, puesto que se puede considerar que un medio de pago está respaldado con la posibilidad de pagar impuestos, multas y/u otras obligaciones que deben los ciudadanos al Estado. Esta garantía hace que otros medios de intercambio (MSCs, millas de aerolíneas etc.) circulen exclusivamente entre sus socios mientras que los medios de pago sean aceptados universalmente por cualquier actor económico, tanto individuos como personas jurídicas debido a sus obligaciones tributarias.

Pero el poder del Estado a cobrar impuestos no es el único respaldo de esta moneda. Los neoliberales argumentarán también que todas las propiedades del Estado también formarán parte del respaldo para cancelar las deudas, planteando, no obstante, un gran riesgo para el Estado del bienestar. Algunos países podrán aprovechar también sus productos y/o servicios nacionalizados como otro respaldo de la moneda, tales como

petróleo, electricidad, peaje de autopistas, trenes etc., aunque es imprescindible que los precios sean acordes con el bienestar de la ciudadanía. Es importante que el Estado tenga en cuenta todos sus ingresos (no solamente del impuesto), además de los costos necesarios al considerar el balance.

Douthwaite (2011) plantea la alternativa de que una entidad independiente gestione la moneda nacional (o supranacional), y que ésta conviva con numerosas monedas regionales que fluctúen contra la moneda única y entre sí, para permitir la devaluación de monedas de regiones empobrecidas con el fin de hacerlas económicamente más competitivas.

4.8. Comparación de diferentes MSCs

Hemos visto seis categorías de MSC. Ahora se presentarán comparaciones de estos modelos desde el punto de vista de algunas características presentadas en 3.1:

- **Complementaridad:** las MSCs juegan diferentes papeles complementarios para los cuales no son aptas las monedas oficiales. Además de los puntos a presentarse más adelante, cabe mencionar la creación de un nuevo mercado con aquellos consumidores con nuevo poder adquisitivo, estímulo de ciertos comportamientos (ej.: acciones ecológicas y cuidado a los mayores) y la nueva vida social mediante el encuentro con nuevas personas.
- **Soberanía monetaria (gestión del sistema monetario por la sociedad civil):** las MSCs de crédito mutuo suponen el mayor grado de soberanía monetaria al permitir que cada socio/a emita su dinero, es decir, se quede con saldo negativo hasta cierta cantidad. Las de *fiat* también tienen esta prerrogativa, aunque se necesita un buen nivel de autocontrol para evitar hiperinflación. Luego vienen las respaldadas con otros bienes y/o servicios, ya que se puede emitir estas MSCs siempre y cuando alguien dispone de algo que sea aceptado por otros socios, y las emitidas como crédito bancario pues se crean cuando los prestatarios disponen de hipotecas válidas. Las respaldadas con el pago de impuestos también tiene un cierto grado de soberanía, aunque el único beneficiario es el sector público, y las respaldadas con moneda oficial, obviamente, carecen por completo de esta libertad.
- **Menores tasas de interés:** la mayoría de las MSCs no ofrecen el servicio de prestar créditos, por lo tanto, el propio concepto de tasas de interés está al margen de la práctica. Por ejemplo, las MSCs de crédito mutuo carecen por completo del concepto de tasas de interés y los socios pueden utilizar este medio de intercambio sin tener que pagarlas. La mayoría de las MSCs respaldadas con moneda oficial se ponen en circulación cuando ésta se deposita, y están totalmente ajenas a la lógica de pagar tasas de interés a nadie, salvo algunos modelos (Chiemgauer y Banco Palmas) que sí las cobran a los prestatarios. El

único modelo que requiere el pago de tasas de interés por su naturaleza es el Banco WIR.

- **Posibilidad de empezar por adquirir en MSC sin ofrecer nada de antemano:** los modelos de crédito mutuo y de *fiat* permiten este comportamiento. Los nuevos socios de LETS pueden gastar hasta el determinado saldo negativo mientras que los nuevos prosumidores en los Clubes de Trueque podían gastar todos los créditos iniciales que habían adquirido.
- **Moderada acumulación:** la utilidad restringida de MSCs desalienta su acumulación, pero se han comprobado algunos casos contrarios, como el caso de Ithaca Hours que se acumulaba en ciertos comercios. El problema no es que estos comercios quieran ser ricos en MSC sino que carecen de la manera de gastarla, y es necesario seguir buscando formas para evitar que algunos socios se queden con demasiada cantidad de MSC.
- **Aceptación general:** las monedas respaldadas con dinero oficial y otras con la posibilidad de pagar impuestos suelen gozar del mayor grado de aceptación, seguidas por las respaldadas con otros bienes y/o servicios (dependiendo de la universalidad de estos mismos respaldos), mientras que otros modelos requieren que los portadores de MSC encuentren proveedores de bienes y/o servicios que necesiten.
- **Impulso de la sostenibilidad ecológica (huella ecológica etc.):** la propia índole de las MSCs impulsa las transacciones de bienes localmente producidos cuando éstas se limitan a un ámbito geográfico (ej.: Chiemgauer, Bristol Pound, Banco de Horas Comunitario y algunos LETS), mientras que algunos otros modelos no lo tienen en cuenta (Terra y Clubes de Trueque). La selección de proyectos ecológicos por los socios de Chiemgauer puede ser considerada también como otro elemento de sostenibilidad ecológica.
- **Estabilidad del valor:** al suponer que la moneda oficial es estable, las MSCs respaldadas con dinero oficial son más estables gracias a su convertibilidad, seguidas por MSCs que sirven para pagar impuestos, porque estas monedas están vinculadas con el uso oficial. Las de crédito mutuo también tienen alto grado de estabilidad porque por su índole son ajenas a las presiones inflacionarias. Las MSCs respaldadas con otros bienes y servicios y las MSCs emitidas como crédito bancario también son bastante estables, a no ser que se desplome su precio en términos de moneda oficial. Las de *fiat* necesitan una gestión adecuada para evitar hiperinflaciones como las que se produjeron en Argentina.
- **Estabilidad contra los altibajos coyunturales:** todas las monedas salvo las respaldadas con moneda oficial tienen efectos anticíclicos, porque su proceso libre del dinero de curso legal permite la inyección de liquidez, mientras que las vinculadas a monedas oficiales muestran vulnerabilidad a este respecto.

- **Inclusión social:** las MSCs respaldadas con el pago de impuestos tienen más potencial si los emisores (sector público) las gasta para mejorar la calidad de vida de las clases menos favorecidas. Las de crédito mutuo y las *fiat* también pueden ser efectivas, sobre todo en el caso de los Clubes de Trueque en Argentina que sirvieron para aliviar la pobreza de miles de personas. Las monedas respaldadas con otros bienes sirven para aquellos que tienen algo que depositar, aunque no todos los marginados cumplen este requisito, y el buen funcionamiento del Banco de Horas Comunitario fue gracias a estos depósitos realmente demandados por otros socios del colectivo. Y los otros modelos (MSCs respaldadas con dinero oficial y/o MSCs emitidas como crédito bancario) tienen poca ventaja directa para esta clase de personas carentes de esas posibilidades.
- **Fidelización de la clientela:** en términos generales, cuánto más limitado sea el ámbito geográfico de una MSC, más eficaz será esta MSC para este fin. Las MSCs de crédito mutuo, las respaldadas con moneda oficial y las respaldadas con otros bienes y/o servicios suelen ser usadas a nivel local, vinculando estrechamente sus usuarios. Las experiencias de *fiat* demuestran que estas monedas también son útiles, aunque el problema es cómo evitar la acumulación. Las prácticas del Banco WIR también constatan su efecto de vincular PyMEs suizas, ya que no se acepta este medio de intercambio fuera de la Confederación Helvética. Las MSCs que sirven para el pago de impuestos, por el contrario, son de poca utilidad a este respecto, dado que uno de sus requisitos es la aceptación general dentro de un país.
- **Impulso de propósitos especiales:** algunas MSCs funcionan como medios de intercambio en determinados mercados distintos al convencional. Los bancos del tiempo restringen la gama de transacciones a servicios, la mayoría de transacciones en LETS son productos y servicios al margen del mercado oficial y el barter impulsa la transacción entre las empresas socias de cada circuito. Estas MSCs no pueden usarse para otros fines, fomentando, por lo tanto, un determinado sector de la economía.

En comparación con la evolución del sistema monetario, presentado en 2.1.2 en base a Greco (2009), se pueden clasificar estos seis tipos en las siguientes etapas:

- **Dinero simbólico (tercera etapa):** MSCs respaldadas con dinero oficial (4.2) u otros bienes / servicios (4.3). Pese a que estos medios de intercambio en sí (su material físico, por ejemplo, papel o metal) carecen de gran valor económico, su representación del respaldo (dinero oficial, bienes y servicios) da fe a su valor. No obstante, su masa monetaria está restringida a la cantidad de respaldo disponible, lo que significa que su escasez podría impedir el desarrollo de actividades económicas.

- **Dinero crediticio (cuarta etapa):** MSCs emitidas como crédito bancario (4.5) se encajan en esta categoría. La creación monetaria ya no está necesariamente condicionada por la disponibilidad actual del respaldo, sino por la solvencia financiera de los prestatarios. Es imprescindible que el gestor de este sistema monetario esté sometido al control democrático por los propios usuarios de este servicio para evitar el abuso del poder, y la propia naturaleza del Banco WIR como cooperativa de crédito es fundamental para garantizar esta gestión en pro de sus propios usuarios.
- **Sistema de compensación de crédito (quinta etapa):** las MSCs emitidas en base a crédito mutuo (4.4) caen en esta categoría. Este mecanismo carece de entidad gestora central que se encargue de la creación monetaria y cada actor económico del circuito se hace responsable de este proceso mediante su compromiso a ofrecer productos y/o servicios equivalentes a lo que ha adquirido. Se puede decir que las monedas emitidas por entidades centrales (4.7) también están incluidas en esta categoría, puesto que se considera toda la moneda emitida como su pasivo que se cancela cuando el propio emisor la acepta (ejemplo: medio de pago de impuestos). Se justifica esta forma de emisión, o sea inyección del medio de intercambio, siempre y cuando se evita generar impactos inflacionarios.

Las monedas *fiat* (4.6) están al margen de esta clasificación. Si bien el sistema de compensación de crédito es el modelo más cercano a su realidad, el señoreaje, o sea la ganancia monetaria del emisor, genera una situación asimétrica. En caso de bitcoin, por ejemplo, un socio que ha obtenido esta moneda gracias a la minería puede gastarla sin ofrecer nada en cambio, mientras que otro socio que la acepta corre el riesgo de que su propiedad monetaria pierda su valor en caso de que nadie quiera recibirla. Y la sobreemisión de la MSC en los Clubes de Trueque generó una hiperinflación, favoreciendo a aquellos prosumidores que consiguieron gastar los créditos iniciales en detrimento de otros que acabaron acumulándolos.

Este análisis no quiere decir, sin embargo, que las MSCs emitidas en base a crédito mutuo sean el sistema más evolucionado o que otros modelos de MSCs deban hacer progresos hacia esta dirección. Se necesita un alto nivel de conciencia de responsabilidad entre los socios para que el crédito mutuo siga funcionando y es importante elegir el modelo que mejor se adapte a las circunstancias de cada colectivo.

4.9. Aprender de los fracasos: ¿por qué han dejado de funcionar tantas MSCs?

Huelga decir que las experiencias de MSCs no son impecables y diferentes iniciativas ya han dejado de funcionar. A continuación, se demostrarán algunas principales de causas de su cese operacional.

- **Prohibición por el gobierno:** ha habido casos de que la autoridad gubernamental ejerció su poder para dar fin a la circulación de MSCs (véase 4.2.1), aunque en los últimos años ningún intento por parte del sector público ha logrado suprimir las experiencias (véase 5.3.2).
- **Falta de oferta de productos / servicios que atraen a los consumidores:** en caso de LETS, suelen ofrecerse demasiado cursos (idioma, deporte etc.) mientras que faltan alimentos y otros servicios básicos. Se necesitaría ir ampliando la gama de productos / servicios para que el sistema atraiga a más socios.
- **Acumulación de las MSCs en pocas manos:** las actividades de Ithaca Hours y de otras MSCs en EEUU fueron estancadas cuando algunos actores económicos de la comunidad se quedaron con una cantidad excesiva de MSC sin poder gastarlas (véase 4.6.1). Es uno de los problemas típicos de las MSCs *fiat* y es necesario seguir estudiando las posibilidades de impulsar la circulación por hacer que la red de MSC ofrezcan a los acumuladores lo que les interesa comprar.
- **Hiperinflación:** los Clubes de Trueque en Argentina, tras prosperar hasta 2002, vivieron una caída tremenda debido a la hiperinflación en su propia MSC. En caso de MSCs *fiat*, se necesita un mecanismo para sondear los altibajos del precio en MSC y evitar su subida desmesurada.
- **Fin de subsidio:** algunos modelos de MSC, dependientes del subsidio, corren el riesgo de que termine su vida cuando deje de recibir esta ayuda financiera, como fue el caso de algunas iniciativas subsidiadas por el Ministerio de Asuntos Interiores y Comunicación, Japón (Hirota, 2011).

Capítulo 5: ventajas de usar MSCs

En el capítulo anterior se ha visto, de forma bastante amplia pero lejos de ser exhaustiva, la diversidad de modelos de MSC en función del respaldo, resumiendo sus ventajas y desventajas. En este capítulo se analizarán los modelos y sus características destacando su capacidad de corregir los fallos del sistema monetario actualmente vigente y el de su vínculo con la ESS.

Pese a su propia denominación que contiene el adjetivo “complementario”, las MSCs suelen competir con monedas oficiales. Y como aquéllas carecen de la aceptabilidad universal de que gozan éstas, es fundamental que la utilidad limitada de MSCs sea compensada con otras ventajas que no puede ofrecer el sistema monetario vigente. Por ejemplo, la misma aceptabilidad universal de dinero de curso legal dentro de un país (o una serie de países en caso de Eurozona y otras uniones monetarias) se convierte en un inconveniente desde el punto de vista de la economía local porque carece del mecanismo de retener la liquidez dentro del territorio, lo que abre la posibilidad de que las MSCs sean utilizadas como otro medio para garantizar la circulación regional.

El objetivo de este capítulo es describir distintos valores que podrán ofrecer las MSCs, haciendo hincapié en sus características que las distinguen de las monedas de curso legal, con el fin de aclarar qué tipos de usuarios podrá atraer cada sistema. Se estudia el respaldo como criterio para clasificar distintos modelos de MSCs. Es fundamental que los usuarios comprendan en qué productos / servicios se pueden adquirir con MSCs, porque puede que algunos de éstos no sean de interés para ciertos actores económicos (consumidores / prosumidores, autónomos / establecimientos locales y cooperativas / asociaciones / sector público). De ahí que surge la necesidad de adoptar el modelo más adecuado entre los tipos existentes o diseñar otro modelo si ninguno de ellos es ideal para la meta de la comunidad que quiere implementar una MSC.

5.1. Cómo las MSCs pueden corregir los problemas del sistema monetario actual e impulsar la ESS

A pesar de que la mayoría de las iniciativas de MSC tienen una escala pequeña (en torno a decenas o centenares de socios), las experiencias han demostrado distintos efectos positivos que sirven para apaciguar los impactos negativos del sistema predominante y también para ayudar los actores de la ESS.

Se han presentado en 3.2 diferentes maneras de que las MSCs pueden solucionar problemas generados por el sistema monetario actual, resumidas en tres categorías: Creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada (que incluye también

las problemáticas del dinero como deuda y tendencia procíclica de la creación), Tasas de interés compuesto (que incluye también la presión al crecimiento permanente y exponencial, concentración de riqueza y cortoplacismo que descuenta el futuro) y devaluación del capital social. Aquí veremos cómo las MSCs funcionan para ayudarnos a superar estas diferentes problemáticas.

Además, es imprescindible posicionar las MSCs dentro del marco teórico de la ESS con el fin de identificar estos medios de intercambio como una herramienta para impulsar esta economía. Se analizarán también las características compartidas por ambas.

5.1.1. Contra la creación monetaria como actividad lucrativa de la banca privada

La gran mayoría de las iniciativas de MSC surgen de la sociedad civil, al margen del control del sector bancario. En esta sección se precisarán los beneficios aportados por tales MSCs.

- **Creación monetaria no como crédito bancario**

Es necesario iniciar el argumento partiendo de que no todas las MSCs son aptas para superar este problema: las MSCs respaldadas con moneda oficial (véase 4.2) y la emitida como crédito bancario (Banco WIR: véase 4.5.1) funcionan bajo el mismo esquema que el sistema monetario convencional, aunque el hecho de que no se paga ningún interés a los depositarios permite que el Banco WIR pueda conceder préstamos a menores tasas de interés.

Los demás modelos (MSCs respaldadas con otros bienes / servicios, MSCs que sirven para pagar impuestos, MSCs basadas en crédito mutuo y MSCs *fiat*) sí son sistemas monetarios que inyectan liquidez al circuito sin tener que endeudar a nadie. Si bien los sistemas de crédito mutuo obligan que algunos socios tengan saldo negativo para que otros tengan el positivo, hay que destacar que el negativo puede ser liquidado con los bienes y/o servicios disponibles sin tasas de interés. Se puede considerar las MSCs válidas para pagar impuestos como señoreaje del sector público (gobierno nacional, regional...), pero no hay ninguna duda de que son pagarés que deben ser retirados de la circulación por el propio emisor, lo que sugiere la necesidad de evitar la sobreemisión para que no se produzca la inflación. Las monedas *fiat* también corren el mismo riesgo de sobreemisión, por lo tanto, se necesita mecanismos para monitorear los altibajos de los precios.

- **Como herramienta contra los efectos procíclicos de la creación monetaria**

La aparición de diferentes experiencias de MSC en épocas de retroceso económico (Wära y Certificado Laboral en 4.2.1, billetes con sellos en 4.2.2, Banco WIR en 4.5.1, Clubes de Trueque en 4.6.3, Cuasimonedas en Argentina y monedas municipales en

España en 4.7.3), y/o en comunidades con dificultad económica (Banco Palmas en 4.2.3, SOL en 4.3.3, el primer LETS en 4.4.1), es un buen testimonio de que diferentes actores pueden adoptar iniciativas para superar la falta de liquidez en moneda oficial. Abajo se muestran algunas MSCs que surgieron en la época de crisis económica.

- **Por la sociedad civil / sector privado:** Wära (por una sociedad privada, en Alemania, véase 4.2.1), LETS (por una asociación, en Canadá, véase 4.4.1), Clubes de trueque (por una asociación, en Argentina, véase 4.6.3), Banco WIR (por una cooperativa, en Suiza, véase 4.5.1)
- **Por la administración local / regional:** Certificado Laboral (por el ayuntamiento de Wörgl, en Austria, véase 4.2.1), monedas municipales (por diferentes ayuntamientos en España, véase 4.7.3), cuasimonedas (por diferentes provincias en Argentina, véase 4.7.3)

La diversidad de emisores de MSCs (sociedad privada, asociaciones, cooperativa, ayuntamientos y gobiernos regionales) constata la posibilidad de que diferentes entidades pueden tomar la iniciativa de emitir y gestionar su propio medio de intercambio. Lo más importante son los efectos económicos generados gracias a estos medios de intercambio para mejorar la calidad de vida de sus usuarios. Hughes (2015) atribuye el surgimiento de diferentes MSCs en España a partir de 2009 a la crisis económica. Stodder (2005) demuestra el hecho de que aumentan transacciones en WIR cuando retrocede la economía suiza mientras que disminuyen cuando se recuperan las actividades económicas en franco suizo, mostrando el efecto equilibrador de ambos medios de intercambio (véase 4.5.1).

Otro apunte adicional es que para este fin sirven todas las seis categorías de MSCs, incluso aquellas que no superan el paradigma de la creación monetaria como crédito bancario (MSCs respaldadas con moneda oficial y MSCs emitidas como crédito bancario): el Certificado Laboral en Wörgl tuvo impactos económicos inolvidables para un municipio afectado por la Gran Depresión y el efecto contracíclico del Banco WIR es otra prueba de que este sistema es bastante eficiente en épocas de retroceso económico.

5.1.2. Contra los problemas generados por las tasas de interés compuesto

Entre las seis subcategorías, todos los modelos pueden superar este paradigma por diferentes formas. Se presentarán, a continuación, los casos específicos de cada categoría.

- **Las MSCs respaldadas con moneda oficial:** Si bien su propia creación no puede superar este paradigma por definición, es posible crear un espacio económico cerrado libre de la lógica del crecimiento exponencial al impedir la cobranza de tasas de interés en actividades financieras en esta MSC.

- **Las MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios, las MSCs en base a crédito mutuo, las MSCs fiat y las MSCs que sirven para pagar impuestos:** la emisión de estas monedas es ajena a las tasas de interés.
- **Las MSCs emitidas como crédito bancario:** desde el punto de vista sistémico, este modelo también puede superar este dilema siempre y cuando mantenga equilibrado su ingreso y su egreso en moneda oficial.

En este sentido es muy significativo el hecho de que las MSCs, además de no cobrar tasas de interés o contentarse sólo con la tarifa mínima para mantenerse a su propia estructura, suelen ser gestionadas por actores de la ESS (asociaciones o cooperativas) que no persiguen el ánimo de lucro en detrimento del bienestar de sus propios socios-usuarios, aunque hay casos de que los gestores sean del sector mercantil (empresas privadas, sobre todo en caso de barter comercial) y del sector público (ayuntamientos, gobiernos regionales o gobierno nacional). Entre las experiencias descritas en el Capítulo 4, el Certificado Laboral (4.2.1), Samen-Doen (4.2.8), algunos bancos del tiempo (4.4.2), Mecanismo Europeo de Estabilidad (4.4.4), la moneda nacional oxidable (4.7.2), cuasimonedas (4.7.3) y la moneda propuesta por la Reserva 100% (3.5) son del sector público mientras que algunos billetes con sellos (4.2.2), barter comercial (4.4.3) y Bitcoin (4.6.5) son del sector privado. Volveremos a este tema en 5.2.2.

En cuanto a las problemáticas presentadas en el Capítulo 2, las MSCs tienen las siguientes funciones:

- **Sobre la presión al crecimiento permanente y exponencial**

La propia forma de emisión libre de las tasas de interés supone que estas monedas pueden subsistir sin crecimiento permanente y exponencial, como acabamos de ver. Las actividades económicas realizadas en MSCs respaldadas con moneda oficial también se liberan de esta lógica, mientras que las MSCs emitidas como crédito bancario con tasas de interés compuesto todavía están sometidas a esta presión, requiriendo esfuerzos para atenuarla (interés simple que crece de forma lineal en vez de exponencial y reducción de las tasas).

- **Sobre la concentración de riqueza**

La ausencia de tasas de interés compuesto elimina un mecanismo de redistribución de riqueza a favor de los ricos, impidiendo que el dinero se acumule en pocas manos en detrimento de los demás. Incluso las MSCs respaldadas con moneda oficial y las creadas como crédito bancario, que no se escapan del costo financiero, no son diseñadas para esta transferencia monetaria siempre y cuando se destinen las tasas de interés para cubrir los gastos operativos.

- **Sobre el cortoplacismo que descuenta el futuro**

Todas las MSCs libres de tasas de interés compuesto logran hacer que los productos generados en el futuro valgan lo mismo que las ya existentes. Las inversiones hechas en MSCs con tasas de interés compuesto siguen desfavoreciendo la riqueza del futuro y se sugieren diferentes medidas para minimizar este efecto.

Se justifica el uso de MSCs desde el punto de vista del decrecimiento (véase 5.2.4) también. Douthwaite (2011) prevé que el agotamiento de energías fósiles reducirá los ingresos reales de la población y también la masa monetaria debido a la dificultad del acceso a nuevos créditos, o sea la creación monetaria. Hoy en día Reino Unido tiene diferentes monedas surgidas en el contexto del movimiento social de *Transition Towns* (ejemplo: Bristol Pound. Véase 4.2.6), como una herramienta estratégica para reducir el consumo de energía fósil al incrementar producción y consumo local y para adaptar al futuro en que se prevé el agotamiento de esos recursos naturales cuyo uso ha aumentado en los últimos años con el desarrollo económico a nivel planetario.

5.1.3. Para el fomento del capital social (cohesión social)

Es cierto que algunas MSCs, independientemente de la forma de emisión, tienen como prioridad el fomento de la cohesión social. Diferentes MSCs persiguen este objetivo con diferentes formas y/o palabras, tales como:

- **Chiemgauer:** las donaciones del 3% de consumo a los proyectos sociales, realizadas por Chiemgauer, sirven también para fortalecer la sociedad civil local.
- **Samen-Doen:** *mejorar niveles de servicio y cuidado a nivel local, mejorando posibilidades para que los grupos vulnerables entren al mercado laboral y la promoción de la calidad de vida en barrios* (Batterink et al., 2015)
- **Bancos del tiempo:** *reconstruir una economía fundamentalmente diferente, la economía del hogar, de la familia, de la vecindad y/o de la comunidad* (Cahn, 2001)

Sin embargo, el uso de MSCs por sí mismo no está necesariamente vinculado al fortalecimiento de la cohesión social y a la promoción del desarrollo comunitario. Ingleby (1998) demuestra que, a pesar de su pretensión de ser una herramienta para el desarrollo comunitario (con metodologías más paternalistas en experiencias cercanas a la agenda pública y con proyectos más relacionados al desarrollo sostenible en experiencias impulsadas por los verdes / alternativos), sólo una minoría de los socios de LETS (menos del 20%) consideran este sistema de intercambio como propio de la comunidad, constatando la falta de la cohesión social entre los usuarios. Es necesario diseñar MSCs apropiadamente de modo a incentivar a profundizar relaciones recíprocas entre sus socios.

5.2. Impactos positivos de las MSCs

5.2.1. Correlación entre MSCs y diferentes conceptos en torno a la economía

La etimología de economía en griego y en chino muestran que la gestión de recursos es su principal concepto, lo que se sintoniza bien con las prácticas de MSCs que producen bienes y servicios para satisfacer la necesidad de otros socios de la red. La validez restringida de MSCs hace que su acumulación sea irrelevante, estimulando a los socios con superávit a gastar este medio de intercambio, aunque se han observado dificultades en algunos modelos (ej.: 4.6.1, 4.6.3).

Buen Vivir, la Felicidad Nacional Bruta (FNB) y la Economía del Bien Común comparten su carácter humanista de rediseñar las actividades económicas en servicio de la humanidad. La relación entre ESS y Buen Vivir es obvia, tal y como dice Coraggio (2011) sobre la ESS que su *valor básico de la economía... es la solidaridad*. El bienestar del ser humano en sintonía con la naturaleza, tema principal del Buen Vivir, está estrechamente vinculado con la filosofía de algunas MSCs, sobre todo Bristol Pound y La Turuta e, independientemente de la mención a tales objetivos, se puede decir que la mayoría de las MSCs, sobre todo las iniciativas de la sociedad civil, persiguen fines similares. En cuanto a la FNB, el uso de otros indicadores que no sea el Producto Interno Bruto (PIB) como metas para la gestión económica es de interés para los integrantes de diferentes MSCs. Su punto más llamativo es la supremacía del bienestar general sobre la maximización del lucro monetario y la organización de actividades económicas para este fin coincide con el interés de los usuarios de las MSCs. Por último, tanto la Declaración de Principios de la Red Global de Trueque (4.6.3) como el objetivo de La Turuta (4.7.1) demuestra claramente el replanteamiento humanista de la Economía del Bien Común para que la economía preste atención a los valores humanos.

Algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible mencionan a las prácticas de MSCs, sobre todo 1.4 (acceso universal a los derechos económicos y a los servicios financieros, incluso el microcrédito), 5.a (los mismos derechos de las mujeres a los recursos económicos, incluso los servicios financieros) y 8.10 (mejora de acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros) como objetivos cercanos a las prácticas de MSC. Lo más destacable es 8.10, puesto que las prácticas del Banco Palmas ofrecen acceso a estos servicios a aquellas personas verdaderamente marginadas del sistema financiero oficial.

5.2.2. MSCs dentro de la ESS

Quisiéramos iniciar esta sección presentando varios elementos de las MSCs que muestran similitudes con las características de la ESS. Las MSCs, por su propia índole, se encajan bien en los principios de la ESS, tales como el Artículo 4 de la Ley española de Economía Social *Promoción de la solidaridad interna y Primacía de las personas del fin*

social sobre el capital y el Sexto Principio Cooperativo *Cooperación entre cooperativas* (aunque este concepto se aplica más para la cooperación entre distintos actores económicos) (Hirota, 2012). Pero diferentes conceptos presentados a lo largo del Capítulo 1 señalan otras relaciones entre las MSCs y la ESS:

- **Los Siete Principios Cooperativos:** además del Sexto Principio Cooperativo, otros principios también se encajan generalmente en la operación diaria de las MSCs. El primero *Adhesión Voluntaria y Abierta* funciona completamente en la práctica de las MSCs (no se puede obligar a nadie a dar de alta o baja del sistema, sino toda esta decisión es totalmente voluntaria de cada persona), el segundo *Gestión Democrática por parte de los Socios* es la norma de la mayoría de las MSCs operadas como asociación o cooperativa, el cuarto *Autonomía e Independencia* (de cualquier actor ajeno) es innegable y el séptimo *Interés por la Comunidad* también están relacionados con las prácticas de las MSCs.
- **Asociaciones:** los conceptos de los *principios de solidaridad a la obra* y de *utilidad social* son la regla del juego de las MSCs también. Por una parte, el propio carácter de las MSCs como medio de intercambio aceptado exclusivamente dentro de la red obliga que cada socio trate de realizar transacciones con otros socios de forma equilibrada y como consecuencia se forma una relación colaborativa entre estos actores. Por otra parte, este lazo fomentado mediante el uso de las MSCs tiene su propio valor, ya que nutre el Factor C.
- **Similitud entre empresas autogestionadas y las MSCs:** se puede aplicar las características de las empresas autogestionadas de Schweickart (1997) a la descripción de las MSCs: los medios de intercambio son gestionados colectivamente por los socios y se ofrecen bienes y servicios para el intercambio interno. Si bien los fondos de inversión no suelen estar involucrados en la gestión de MSCs, el control social es otro elemento imprescindible de estos medios de intercambio.
- **La ESS definida en diferentes leyes:** entre otras leyes, la ley ecuatoriana está más sintonizada con las MSCs, porque se refiere a diferentes actividades económicas para satisfacer las necesidades en base a la reciprocidad.
- **Otras definiciones importantes:** Laville (2009a) define las MSCs como *dinero que escapaba a los monopolios estatales* y entre sus cuatro categorías de comportamientos económicos, tanto la reciprocidad como el mercado es relevante para las MSCs. Entre los aspectos señalados por Geiger (2004), Santana (2009) y Primavera (2015a), cabe mencionar los factores del carácter colectivo, del protagonismo de la sociedad civil, de la igualdad, de la diversidad, de la satisfacción de necesidades básicas y de la toma de decisión colectiva y democráticas son las prácticas de las MSCs.
- **Aspectos de desarrollo social y factor C:** el desarrollo social comparte con MSCs las características de ser humanista, comunitario, organizativo, económico y social.

La postura igualitaria de la *justicia social* (Galtung, 1969) se sintoniza bien con las ideas de MSCs de impulsar transacciones sin concentrar la riqueza. Los elementos que forman parte del Factor C, tales como Cohesión, Compañerismo, Colaboración, Cooperación, Conjunto, Comunidad, Compromiso, también son conceptos muy relacionados al *modus operandi* de las MSCs.

Estos puntos compartidos se pueden resumir en la satisfacción de las necesidades humanas en base a cooperación sin generar externalidades negativas, toma de decisión y gestión bajo principios democráticos y compromiso con el entorno. Tanto las MSCs como la ESS en general persiguen los mismos objetivos a este respecto.

Otro hecho no desdeñable es que la mayoría de los propios gestores de las MSCs son actores de la ESS, fundamentalmente asociaciones o cooperativas (Hirota, 2012), aunque existen algunas gestionadas por sociedades limitadas y por el sector público.

Esta característica es significativa al pensar el objetivo de estas entidades. Las asociaciones, por su propia naturaleza, carecen del ánimo de lucro y por lo tanto minimizan los costos para el funcionamiento del sistema. Y si bien a las cooperativas les permite realizar actividades lucrativas, las facturaciones vienen principalmente de sus propios socios, sin que haya interés por maximizar el lucro en detrimento de los propios socios. Al contrario, las cooperativas que gestionan MSCs se ven obligadas a ofrecer más ventajas posibles a sus propios socios.

5.2.3. MSCs como herramientas para impulsar la ESS

Algunas iniciativas de MSCs están directamente vinculadas con la promoción de ESS. Por ejemplo, SOL-Violette en Toulouse (Francia) impone sus propios criterios socio-ecológicos a fin de admitir sólo aquellas empresas que los cumplen, además de aprovechar los euros depositados para reinvertir en el sector de ESS, sobre todo a través del microcrédito. La Cooperativa Integral Catalana usa ECO, un tipo de LETS, como moneda interna para transacciones entre los socios para reducir el uso de la moneda oficial euro, cuya creación está totalmente controlada por principios capitalistas (véase 2.2.2).

Pero la MSC con más impacto positivo a la ESS es Chiemgauer (véase 4.2.4). Hirota (2014) explica que esta experiencia alemana aporta más ventajas que otros modelos a las empresas sociales, ya que las ayuda de las siguientes tres formas.

- a. Donación del 3% del consumo a los "proyectos sociales" a los cuales se podrán incluir las empresas sociales debido a su beneficio social.
- b. Preferencia de los consumidores a gastar en estas empresas sociales que sí aceptan esta MSC.

- c. Mejor acceso al microcrédito. Se ofrecen condiciones más favorables en esta MSC que en moneda oficial (mejor accesibilidad al crédito, tasa de interés más baja y hasta devolución de tasa de interés pagada al devolver toda la deuda sin demora).

No obstante, la contribución a dichas empresas sociales no es el privilegio exclusivo de Chiemgauer. Otros modelos también les brindan apoyos de distintas maneras. La gestión democrática de bancos comunitarios en Brasil ayuda que los micro-emprendimientos obtengan préstamos (ejemplo: menos requisitos para la concesión de créditos y apoyo comunitario al nuevo emprendimiento, sobre todo al querer comprar sus productos / servicios) y el modelo LETS, incluso algunos *barter*s comerciales, permiten que las empresas sociales comiencen por comprar hasta el crédito máximo para poder adquirir maquinaria, muebles y/u otros productos / servicios necesarios para iniciar el negocio sin tener que pagar tasas de interés.

5.2.4. MSCs como herramientas para el desarrollo local sostenible, justo y recíproco y decrecimiento

La actividad con MSCs supone efectos favorables para un desarrollo más justo y sostenible. Además de las ventajas demostradas en 5.1, estos medios de intercambio fomentan desarrollo local de una forma más sostenible y justa.

El área geográfica de la mayoría de las MSCs está limitada a una determinada zona, mucho menor que la de la moneda oficial (euro / dólar estadounidense / libra esterlina etc.), lo que es un acicate para impulsar transacciones dentro de dicha región. El Banco WIR (y anteriormente RES Bélgica también) es una excepción porque su ámbito geográfico coincide completamente con el de la moneda oficial (franco suizo: o el de franco belga para RES hasta la introducción de euro). En estos casos se añade la restricción sectorial (ya que admite sólo PyMEs y autónomos: en caso de RES Bélgica se incluye también consumidores), lo que favorece transacciones entre actores económicos afines sin que la liquidez se escape ni a grandes corporaciones nacionales ni al exterior del país. Este anclaje territorial y/o sectorial juega un papel importante en el estímulo a ciertas actividades económicas que se desea promover.

El decrecimiento sostenible es definido como *reducción equitativa de producción y consumo que mejora el bienestar humano y que fortalece las condiciones ecológicas a nivel local y global y también a corto y largo plazo* (Schneider et al., 2010) y trata de alcanzar un nuevo modelo socioeconómico con un alto nivel del bienestar humano sin ser obsesionados con el crecimiento económico ni tener que gastar materias primas no renovables. Este tema está relacionado el concepto del Pico de Petróleo, entre otros, y no es de extrañar que Bristol Pound (4.2.6) fue puesta en marcha para lograr sus fines.

La restricción geográfica sirve también para acortar la distancia entre los productores y los consumidores, contribuyendo a la reducción del consumo de energías fósiles. Si bien pocas MSCs han sido concebidas para este fin (Bristol Pound y La Turuta), todas las iniciativas que limitan su uso a nivel local o regional tienen este diseño, independientemente de que el menor uso de combustible sea una decisión conscientemente tomada o un resultado que se da por azar. Este nuevo estilo de vida con menos energía no renovable es obviamente un paso adelante para la construcción de una sociedad más sostenible. Dittmer (2014), sin embargo, no considera que los resultados alcanzados por diferentes MSCs sean suficientes para lograr el objetivo del decrecimiento, concluyendo que sus impactos no dejan de ser marginales.

Powell (2002a) presenta la relación de MSCs con la economía feminista y también con la asociativa que se observaba en la experiencia tailandesa de Bia Kud Chum: se concretaba la economía feminista como el rechazo al valor de la economía tradicional de la maximización de lucro y el enfoque a la economía de provisión, además de la activa participación de las mujeres en la toma de decisión de la organización, mientras que el asociativismo, definido como *la doctrina de que el poder político, social y económico debería ser quitado del estado central y distribuido entre asociaciones voluntarias más pequeñas* (Stears, 1999), se traduce en los esfuerzos de esta moneda tailandesa de crear *oportunidades suplementarias de empleo entre los nichos* y también sustituir algunas mercancías importadas con la producción local (Powell, 2002a). Diferentes estudios constatan la presencia predominante de las mujeres en LETS, en bancos del tiempo y en los clubes de trueque (Williams, 1997, Banco de Tempo, 2014, Pereyra, 2007), comprobando que las MSCs crean un mercado más apropiado para este género. Era también verdad, sin embargo, que los hombres en los Clubes de Trueque ganaban más que las mujeres, lo que constata que la igualdad del género no es completa (Powell, 2002b).

En caso de barter comerciales, las PyMEs socias de tales sistemas no pueden convertir la facturación de MSC en moneda oficial para pagar dividendos a los accionistas sino necesitan gastarlas para comprar a otras PyMEs del sistema, estableciendo una nueva relación de compra mutua basada en la reciprocidad, un valor típico de ESS, aunque sus propios socios suelen no ser de este sector (empresas familiares y sociedades limitadas, por ejemplo). De ahí que se puede interpretar las MSCs como instrumento para transmitir los valores de ESS a toda la sociedad más allá de sus propios actores (cooperativas, asociaciones y sociedades laborales, entre otros).

Pfajfar et al. (2012) analizan las experiencias de MSCs a nivel mundial, constatando que un país es más propenso a tener MSCs si su PIB per cápita es alto, su crecimiento es lento o es un país federal. Las MSCs juegan un papel complementario, aunque no sustitutivo, a la moneda oficial y funcionan bien cuando ésta es estable.

5.3. Análisis DAFO⁸⁴ de las MSCs

El análisis DAFO es una metodología desarrollada con el fin de evaluar las ventajas y las desventajas de cada emprendimiento. Ambas son clasificadas entre las internas y las externas, o sea Debilidad (desventaja interna), Amenaza (desventaja externa), Fortaleza (ventaja interna) y Oportunidad (ventaja externa), para facilitar la elaboración de medidas más adecuadas, desde el punto de vista tanto absoluto (Debilidad y Fortaleza) como el relativo (Amenaza y Oportunidad). La Tabla 8 describe más detenidamente cada categoría.

Tabla 8: Categorías de DAFO

Elementos	Internos	Externos
Desventajas	Debilidad	Amenaza
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia de capacidades en áreas clave 2. Falta de recursos financieros 3. Mala imagen de la empresa 4. Falta de reconocimiento en el mercado 5. Estrategias mal definidas 6. Abundancia de problemas operativos 7. Atraso en investigación y desarrollo 8. Líneas de productos limitados 9. Habilidades comerciales bajas 10. Incapacidad de financiar las inversiones 11. Costes más altos 12. Escasa cualificación del personal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrada de nuevos competidores 2. Aparición de productos sustitutivos 3. Incremento del número de competidores 4. Fuerte poder negociador de los clientes 5. Fuerte poder negociador de los proveedores 6. Disminución de la demanda 7. Fragmentación / Concentración del sector 8. Restricciones presupuestarias 9. Excesivos trámites administrativos 10. Situación económico – política desfavorable 11. Presión de las asociaciones ecologistas 12. Incremento de los tipos de interés

⁸⁴ Si bien en castellano se denomina "DAFO" (Debilidad, Amenaza, Fortaleza y Oportunidad), en otros idiomas suele llamarse "SWOT" (Strength, Weakness, Opportunity and Threat), alterando también el orden de los cuatro elementos.

Ventajas	Fortaleza	Oportunidad
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidades fundamentales en áreas claves 2. Recursos financieros adecuados 3. Buena imagen de la empresa 4. Un reconocido líder en el mercado 5. Estrategias funcionales bien ideadas 6. Acceso a economías de escala 7. Ventajas en costes 8. Mejores campañas de promoción 9. Habilidades para la innovación 10. Dirección capaz 11. Mejor capacidad de fabricación 12. Habilidades tecnológicas superiores 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de barreras de entrada al sector 2. Inexistencia de productos sustitutivos 3. Disminución del número de competidores 4. Débil poder negociador de los clientes 5. Débil poder negociador de los proveedores 6. Crecimiento del sector 7. Fragmentación / concentración del sector 8. Incentivos fiscales 9. Medidas de fomento de la contratación 10. Situación económica y política favorable 11. Apoyo de los sindicatos 12. Reducción de los tipos de interés

Fuente: Sanchis (2000)

A continuación (entre 5.3.1 y 5.3.4) se presentará el DAFO de las MSCs tomando como base Blanc (2000), DeMeulenaere⁸⁵ e Hirota (2012), y se analizarán las estrategias para superar estas dificultades y aprovechar circunstancias favorables:

5.3.1. Debilidades (desventajas internas)

Las debilidades son aquellas características intrínsecas que funcionan en contra del emprendimiento objetivo. Las MSCs también las tienen debido a su propia estructura y es imprescindible adoptar medidas para mitigar estos efectos negativos.

⁸⁵ Fuente: Kent (2005)

- **Aceptación restringida e inaccesibilidad a los productos y servicios importados**

Las MSCs son, por su propia naturaleza, un medio de intercambio exclusivo entre sus propios socios que no sirve para comprar lo que se produzca exclusivamente fuera de esa comunidad. Aun así, MSCs respaldadas en moneda oficial permiten este tipo de comercio "exterior" cuando los socios, normalmente comercios locales, reembolsan moneda oficial con el fin de pagar a sus proveedores externos.

Esta restricción es exactamente la otra cara de la fortaleza de "Aumento y retención de liquidez en la comunidad". Mientras que este aspecto es considerado como ventaja cuando se dispone de productos y servicios, lo mismo puede transformarse en desventaja cuando tales ofertas están ausentes.

Una posibilidad para superar este límite es crear nuevos emprendimientos para sustituir importaciones con productos locales. STRO, una ONG holandesa con mucha presencia en Latinoamérica, realizó en Honduras el programa llamado "Apreciando lo Nuestro", una adaptación del manual "Plugging the Leaks" (véase 4.3.4). Además, se puso en funcionamiento un proyecto de biodiesel en base a la jatropha y se emitía la moneda social respaldada con esta energía (Puente, 2010). Del mismo modo, ASMOCOMP en Conjunto Palmeiras, Fortaleza, Brasil realizó un estudio sobre la producción y el consumo local con el fin de detectar las potencialidades de nuevos emprendimientos, y como resultado se fundó el Banco Palmas para generar empleo a través de la financiación a los emprendimientos locales (de França et al., 2012).

Las MSCs respaldadas en moneda oficial plantean otra posibilidad de superar este inconveniente, aunque esta convertibilidad puede correr el riesgo de arruinar su propia razón de ser. El cambio a la moneda oficial suele ser permitido exclusivamente a los comercios locales que necesitan pagar a sus proveedores externos y algunas monedas ponen una cotización adversa (por ejemplo, se reembolsa sólo 95 € para cada 100 Chiemgauer y se ofrece sólo 20 € para cada 21 soles en SOL-Violette, Toulouse, Francia) para frenar la fuga de la liquidez, alentando a que se gaste lo más posible dentro de la localidad.

- **Dificultad de replicar la misma infraestructura que posee el sistema monetario vigente**

Aunque muy a menudo se pasa por inadvertido, es un hecho incontestable que el actual sistema de monedas oficiales (euro, dólar, libra esterlina...) está mantenido por un conjunto de infraestructuras, como una red de bancos centrales, de bancos comerciales y los comercios (Lee et al., 2004). Los bancos centrales imprimen y emiten billetes y monedas y están integrados en una red con el fin de promover la colaboración internacional, los bancos comerciales ofrecen distintos servicios de depósito, disposición,

transferencias, préstamos y cambios a los usuarios de la moneda y los minoristas suelen tener su propia maquinaria (ejemplo: lectores de tarjeta de crédito y débito) para facilitar y/o posibilitar las transacciones sin obligar a los consumidores a llevar un alto valor metálico con el riesgo de que sea extraviado o robado y/o para cumplir algunas normas jurídicas que prohíben el uso de efectivo para transacciones de gran valor (ejemplo: 2.500 € o más en España).

Es primordial no olvidar que todos estos mecanismos se mantienen, con sus propias maneras de recuperar el costo operacional y sin depender de ningún subsidio desde fuera, salvo la gran excepción de los rescates a los bancos comerciales. La implementación de un nuevo medio de intercambio implica la posible reproducción de todo el aparato, o al menos parte de éste, generando una tarea enorme de implementarlo y también costos nada desdeñables, requiriendo un esquema específico para cubrirlos (véase 6.1.3). Estos costos, sin embargo, varían mucho de sistema en sistema:

- **MSCs emitidas como billetes** (Chiemgauer, Club de Trueque, Bristol Pound etc.): En primer lugar se necesita imprimir la cantidad apropiada de billetes con todas las medidas posibles para impedir su falsificación, lo que aumenta el costo. En caso de monedas oxidables, se necesita también imprimirlos periódicamente e imprimir sellos para revalidar los billetes. Además, en caso de billetes no oxidables, han de cambiar billetes rotos con los nuevos.
- **MSCs emitidas como cheques** (Tlaloc, WAT...): la forma más barata es que cada emisor imprima el formulario y emita cuántos cheques que necesite, pero en muchos casos se toman medidas similares a las MSCs emitidas como billetes para evitar falsificaciones, sobre todo al alcanzar una cierta escala.
- **MSCs que aprovechan una plataforma telemática existente:** a esta categoría pertenecen todos los sistemas que se han adherido a CES. Su uso es gratuito, pero es necesario aceptar sus términos y condiciones, además de encajarse en la plataforma sin poder modificarla a su gusto.
- **MSCs que desarrollan su propia plataforma electrónica** (banca online, tarjetas inteligentes con lectores, apps para smartphones...): se necesita una cierta cantidad de dinero para contratar a programadores y suele tener que pagar también el costo de mantenimiento.
- **Poco conocimiento sobre las MSCs**

A pesar de coberturas periodísticas y menciones cada vez más frecuentes, las MSCs siguen siendo un tema poco conocido por el público en general. Esta baja popularidad puede dar la impresión de que éstas no son una herramienta confiable, sobre todo para transacciones empresariales, y este fenómeno puede ser comprendido por Zaltman (2003) que dice así:

(D)esde el punto de vista cognitivo, nadie puede ni siquiera responder a un producto y/o idea de servicio radicalmente nuevo o jamás escuchado sin algún bastidor de referencia, por inapropiado o poco desarrollado que sea.

Esta situación puede suponer un obstáculo a la hora de conseguir la masa crítica de usuarios simplemente porque las MSCs siguen desconocidas y también dificulta la propia actividad promocional por carecer de referencia conceptual.

La falta de conocimiento en general sobre el tema puede llegar a suponer la inviabilidad de algunos proyectos. Así, en 2012, el Gobierno de Murcia rechazó aceptar el estatuto de la Asociación SOL Totana, que ya había puesto en circulación la moneda social SOL en dicho municipio, al juzgar que el uso de la denominación “moneda” infringía el Artículo 16 del Protocolo sobre los Estatutos del Sistema Europeo de Bancos Centrales y del Banco Central Europeo (BCE) (Hirota, 2012). Aunque este rechazo era evitable utilizando otro término semejante y ajustándose a una interpretación más precisa por parte del gobierno regional. Lo que sí se determina en este artículo es *derecho exclusivo (del BCE) de autorizar la emisión de billetes de banco en la Comunidad, billetes que podrán emitir el BCE y los bancos centrales nacionales, y estos billetes serán los únicos billetes de banco de curso legal dentro de la Comunidad*, lo que significa que otros medios de intercambio pueden existir al margen de esta estipulación siempre y cuando no sean del BCE.

El apoyo por parte del sector público es un elemento fundamental para dar a conocerlas al público en general, aunque depende mucho de la legislación vigente y también de la voluntad de las autoridades políticas. El Artículo 16 de La Ley francesa de Economía Social y Solidaria, aprobada en julio de 2014, agrega nuevos artículos al Código Monetario y Financiero para permitir que los actores de ESS emitan y gestionen MSCs (Artículo L311-5). Es importante que las iniciativas de MSCs colaboren a nivel nacional para que en cada país se aprueben leyes similares a favor de sus prácticas con el fin de mostrarlas al público como algo legítimo.

Una manera sencilla pero bastante eficaz para dar a conocer al público la noción básica de MSCs es el uso de palabras populares para designar esta experiencia, como fue el caso de los Clubes de Trueque en Argentina o son los casos de algunos LETS en Corea del Sur que utilizan la denominación de Pumasi (품앗이)⁸⁶. Esta palabra deriva del trabajo

⁸⁶ Ejemplo: Gwacheon Pumasi (과천 품앗이, <http://cafe.daum.net/poomasi>, última visualización: 16 de mayo de 2017) que se encuentra en el municipio de Gwacheon, al lado de la capital Seúl.

agrícola comunitario que se realizaba cuando la mayoría de esta población asiática eran campesinos. Estas ideas relacionadas con las prácticas ancestrales les ayudan a los ciudadanos de a pie a tener una visión aproximada de lo que se trata, superando la barrera psicológica de que es un sistema demasiado complicado para su comprensión y/o algo ligado con una estafa.

Otra medida a este respecto es seguir realizando esfuerzos para la difusión conceptual de MSCs en distintos foros para que más personas conozcan el tema, y de ser posible en colaboración con otras entidades con fines similares. La crisis de los últimos años ha estimulado el cuestionamiento al sistema financiero y monetario en vigor y se formaron algunos grupos dedicados al tema, tales como Positive Money en Reino Unido (véase 3.5) y Monneta⁸⁷ en Alemania. Es importante que se hagan campañas junto a tales colectivos para que se dé a conocer toda la problemática acerca de la moneda, suscitando debates sobre su reforma.

- **Dificultad en fomentar el sentido de la comunidad**

La propia naturaleza de las MSCs como medio de intercambio interno obliga que sus usuarios hagan compraventas dentro del círculo cerrado de socios con ayuda mutua, combinando sus actividades comerciales. Mientras que el objetivo de la economía en moneda oficial es maximizar el lucro o al menos poder pagar la deuda, el en MSCs es fomentar relaciones económicas basadas en reciprocidad con otros socios, destacando la importancia de aportar valores comunitarios a los usuarios.

Existe, además, la posibilidad de nutrir la cohesión social entre los socios a través de varios programas. Las ferias en MSC son una herramienta muy útil para fomentar relaciones humanas entre los socios y hay otros programas que podrían ser usados para fortalecerlas, por ejemplo "Plugging the Leaks" (véase 4.3.4) que invita a varios actores locales a reconsiderar la estructura de la economía local y a estudiar la posibilidad de aumentar la autosuficiencia económica de su propio territorio. Es muy importante que cada iniciativa siga haciendo sus esfuerzos para nutrir el sentido de "prosumidor".

- **Falta de estrategia de marketing**

Es de suma importancia elaborar estrategias adecuadas de marketing para atraer más usuarios posibles, porque cada MSC tiene sus propias características. El capítulo 6 se dedica a este tema.

- **Comisión / membresía que se cobra a los usuarios**

⁸⁷ <http://www.monnetta.org/>

Las MSCs, igual que cualquier otro proyecto, necesitan ser económicamente sostenibles y por lo tanto han de cubrir sus gastos en moneda oficial, por ejemplo, impresión de billete, emisión de tarjetas inteligentes, costo de desarrollo y mantenimiento de página web y el de mano de obra para los servicios administrativos, a no ser que el sistema sea totalmente subvencionado (ejemplo: SOL-Violette al inicio, EUSKO y algunos bancos del tiempo). Hay varias opciones, como cuotas, tasas de transacción, tasas de interés, oxidación, o combinación de las mencionadas (Lietaer y Hallsmith, 2006), además de aprovechar voluntarios para cubrir la necesidad de la mano de obra (Blanc y Fare, 2014), pero todas estas significan un desembolso adicional para los usuarios y es necesario ofrecer otros valores agregados para que este coste en moneda oficial sea compensado, tales como fidelización de clientes, aumento en facturación y/o acceso a créditos más baratos (sin o con menos costo financiero) (véase 5.3.3).

5.3.2. Amenazas (debilidades externas)

- **Dinero de curso legal**

Obviamente el competidor más fuerte de las MSCs es el dinero de curso legal (euro, dólar estadounidense, libra esterlina, franco suizo, yuan chino...) que se acepta universalmente dentro de una determinada área geográfica. Este medio oficial de intercambio no es impecable, sin embargo, y los fallos descritos en el Capítulo 2 presentan oportunidades para las MSCs (véase también 5.3.4). Es fundamental enfocarse en lo que no se logra con el sistema monetario convencional y diseñar una MSC adecuada para tratar de estas necesidades no satisfechas.

- **Banca Ética y cooperativas de crédito**

Las entidades financieras en el sector de la economía social ofrecen préstamos en moneda oficial, con la posibilidad de que las MSCs pierdan sus potenciales usuarios. Por ejemplo, la banca ética que concede créditos en condiciones favorables puede ser más atractiva que el servicio que ofrece una MSC. Sin embargo, hay casos de simbiosis entre entidades financieras y MSCs (véase 5.3.4) y es recomendable dialogar con estos actores financieros existentes para ver qué colaboraciones son viables.

- **Posible prohibición por parte de las autoridades públicas**

Otro riesgo muy grave es la prohibición o entorpecimiento por las autoridades públicas. Es muy importante destacar, no obstante, que en diferentes países las MSCs han ganado juicios en los últimos años sobre la falsificación de dinero: Brasil y Tailandia en 2000 (Nongpun, 2008 y Freire, 2011), México en 2011 y Kenia en 2013 (Will Ruddick, fundador de Eco-Pesa, fue detenido por la autoridad keniana por "falsificar dinero", aunque después fue liberado), reduciendo el riesgo de persecución en otros países

también. Además, algunos países como Francia han formulado leyes para legalizar e impulsar MSCs, dificultando esta amenaza. De ahí que podemos decir que hoy en día este riesgo jurídico es mínimo, aunque siempre se necesita prestar atención a las leyes vigentes de cada jurisdicción y modificar el sistema para no infringirlas.

5.3.3. Fortalezas (ventajas internas)

- **Creación monetaria más autónoma que prescinde de la banca comercial**

Todas las MSCs, salvo aquellas respaldadas con moneda de curso legal, logran dar esta libertad a los socios, aunque el grado de esta autonomía varía de sistema en sistema. En LETS, Bancos del Tiempo y barter comerciales cada socio está autorizado a gastar hasta cierta cantidad de saldo negativo sin restricción alguna y las MSCs *fiat* se emiten sin ningún respaldo mientras que el Banco WIR y el Banco Palmas concede créditos (control interno) y las MSCs respaldadas con otros bienes se emiten de acuerdo con el valor de cada producto depositado. Esta soberanía monetaria es aún más relevante al tener en cuenta la realidad de diferentes países en vías de desarrollo dependientes del capital extranjero (Dissaux, 2015). De Souza y Garcia Fernández (2015) aclaran que las entidades financieras tradicionales prefieren no realizar sus operaciones en zonas periféricas a causa del *alto costo y riesgo*, destacando el papel de las monedas sociales como elemento que aporta una liquidez adicional que complementa la falta de dinero oficial en dichas áreas.

Esta característica es una de las más atractivas para usuarios porque les permiten emitir su propia moneda de forma más fácil que en moneda oficial. Este fácil acceso a la liquidez les brinda un poder adquisitivo adicional, aunque en algunos casos necesitan prestar sus productos o servicios a otros socios después. La posibilidad de poder comprar algo, aunque no tenga suficiente valor en moneda oficial, es una ventaja importante que necesitaría ser destacada.

- **Aumento y retención de liquidez en la comunidad**

La presencia de una nueva liquidez, diseñada para no escaparse de un determinado circuito económico, aporta nuevo poder adquisitivo no sólo a nivel individual (de cada individuo o cada empresa) como acabamos de ver, sino también garantiza el estímulo a las transacciones entre los actores económicos locales. Pese a ser una MSC respaldada con euro, o sea una moneda que puede escaparse de la comunidad después del reembolso, Chiemgauer ha constatado su efecto multiplicador (en comparación con euro, esta moneda regional genera entre 2,35 y 3,10 veces más transacciones en la comunidad

entre 2005 y 2014⁸⁸), demostrando que este instrumento gestionado por la asociación es mucho más capaz de aumentar facturaciones que la moneda de curso legal.

- **Aumento de empleo**

Se prevé, al menos teóricamente, que las MSCs contribuyen a la creación de empleo en tanto estimulan la economía local. El tamaño muy pequeño de estas experiencias, sin embargo, es un obstáculo que impide medir este efecto en cifras. La única excepción que nos ofrece algún dato es el Certificado Laboral en Wörgl (Austria) entre agosto de 1932 y agosto de 1933 que redujo los desempleados en un 25% mientras que a nivel nacional aumentaban los parados de 334.000 a 366.000 (Schwarz,1951), pero sería necesario que la mayoría de ciudadanos usasen esta MSC para que se produjera un impacto tan positivo.

Es importante reconocer que el cálculo del empleo generado gracias a las MSCs plantea diferentes dificultades si éstas tienen un número limitado de usuarios dentro del territorio cubierto. Chiemgauer, por ejemplo, tiene 2.769 socios en un área geográfica donde viven unas 481.000 personas (Ciudad de Rosenheim, Comarca de Rosenheim y Comarca de Traunstein) y el impacto de su economía es todavía mínima (la facturación en esta MSC es de 7.426.249 Chiemgauer en 2014 mientras que el PIB regional podría ser de unos 18.608 millones de € al suponer que el PIB per cápita en esta zona es el promedio de Baviera, o sea la economía en esta moneda regional representa el 0,04% del PIB regional). Es poco probable que los empleos generados en esta MSC estén recogidos en las estadísticas oficiales en comparación con otras partes de este estado alemán. Aunque algunas anécdotas sirven para constatar este efecto (ejemplo: "he podido abrir este comercio gracias al microcrédito en MSC y ahora tengo tres empleados, entonces esta MSC ha creado cuatro nuevos empleos" o "desde que empecé a aceptar esta MSC, mi negocio ha mejorado tanto que he empleado nuevas personas"), es muy difícil demostrar la cifra de empleos creados.

- **Ahorro del costo financiero gracias a la oferta de préstamos más baratos o a la no necesidad de pedir créditos**

Las MSCs pueden ofrecer créditos sin o con menos tasa de interés.

1. **Sin tasa de interés:** el modelo LETS y algunos barter comerciales (ejemplo: RES). En estas MSCs cada socio tiene derecho a gastar hasta cierta cantidad de saldo negativo sin pagar ningún costo financiero.

⁸⁸ Fuente: http://www.chiemgauer.info/fileadmin/user_upload/Dateien_Verein/Chiemgauer-Statistik.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

2. **Con menor tasa de interés:** el Banco WIR sí cobra tasa de interés, pero en menor cantidad. Los bancos comerciales prestan dinero en función del coste de la obtención de sus recursos, por eso cobran, por ejemplo, 5% a los prestatarios, pagan 2% a los depositarios y se quedan con el resto del 3%. Sin embargo, como el Banco WIR mismo puede crear WIR sin contar con ningún depósito de nadie, ofrece préstamos a 3% en vez de 5%. Chiemgauer ofrece "Zinsbonus" para devolver las tasas de interés pagadas a los buenos prestatarios (véase 4.2.4).

En ambos casos, se puede presentar este ahorro del costo financiero como ventaja que mejora el ejercicio de las PyMEs, aunque este crédito es sólo útil para otros socios de la misma MSC.

- **Generación de ingreso para los marginados de la economía formal**

Algunas MSCs generan ingreso adicional a aquellos excluidos del sistema monetario actual. Los clubes de trueque en Argentina brindaban unos 600 dólares por mes a sus socios (Gomez, 2009) y LETS permite la participación de algunos desempleados que venden sus productos y/u ofrecen sus servicios para ganarse la vida.

- **Fidelización de clientes y fortalecimiento de la cohesión social entre los socios, sustitución de productos importados con productos locales**

Aunque es la otra cara de la misma moneda que restringe su aceptación, es una ventaja para los socios porque los portadores de MSCs destinan su gasto a otros socios, aumentando su facturación. Los consumidores prefieren productos y servicios de otros socios a aquellos importados sólo asequibles en moneda oficial, favoreciendo productos locales y creando posibilidades de que estos productos localmente fabricados sustituyan los importados. El fortalecimiento de relaciones comerciales entre los socios tiene la potencialidad de reforzar sus relaciones humanas de proximidad también, incrementando aún más la sinergia. Véase también "Dificultad en fomentar el sentido de comunidad" (5.3.2) donde se presentan medidas relacionadas.

- **Freno a las actividades ecológicamente dañinas**

Como las MSCs estimulan la producción y el consumo local, tienden a promover prácticas ecológicas en las actividades económicas. Varias monedas en Reino Unido surgieron en el contexto de *Transition Towns*, un movimiento social que promueve un nuevo estilo de vida menos dependiente de combustibles fósiles, sobre todo en relación con *Food Miles* (Millas del alimento) para minimizar el consumo de combustibles para el transporte. También la producción local plantea la necesidad de minimizar la contaminación, ya que los daños ecológicos generarán mala imagen de los productores

de la comunidad. Es fundamental que tales actividades sean acompañadas con la implementación de MSCs para efectos de sinergia.

- **Apoyo a PyMEs locales**

Las MSCs suelen limitar su membresía sólo a PyMEs locales y rechazar la intervención de grandes corporaciones, ya que su objetivo es fortalecer la autosuficiencia de la economía local basada en las producciones locales. Las PyMEs están ancladas a cada territorio y tienden a cuidarlo y a gastar dinero en productos de otras PyMEs locales mientras que las grandes corporaciones tienen el único objetivo de llevar el lucro generado en cada comunidad a la sede central que suele ubicarse en la capital del país o en el exterior, empobreciendo la economía local. Por tanto, es imprescindible tratar las PyMEs locales como partners estratégicos para que las MSCs alcancen sus objetivos, elaborando varios proyectos juntos.

- **Mejora de la imagen de sus socios (ej.: comercios locales que participan a Chiemgauer o a SOL-Violette)**

Los comercios que aceptan Chiemgauer pueden atraer nuevos clientes, porque los consumidores conscientes del proyecto social prefieren pagar en Chiemgauer a hacerlo en euro. Y en caso de SOL-Violette, los comercios necesitan cumplir una serie de criterios socioecológicos para poder aceptar esta moneda. Estos esquemas les otorgan la imagen de que son comercios comprometidos a la comunidad, lo que podría usarse para su propio marketing.

- **Efectos contracíclicos (más liquidez durante el retroceso y menos liquidez durante la bonanza)**

Stodder (2005) explica los efectos contracíclicos que ofrece el Banco WIR (véase 4.5.1), aportando un nuevo instrumento que ayuda a las PyMEs a sobrevivir el retroceso económico. Se puede destacar esta característica que estabiliza las actividades económicas como otro atractivo para sus potenciales usuarios, sobre todo cuando la economía oficial va mal.

- **Protección frente a las perturbaciones externas**

Las MSCs circulan exclusivamente dentro de la comunidad y no se ven tan afectadas por los altibajos de la economía externa. La crisis económica puede afectar significativamente al flujo del dinero de curso legal que circula a lo largo y ancho de un país (o una serie de países, como es el caso de Eurozona), pero las MSCs están diseñadas para permanecer en el determinado circuito económico, lo que ayuda que sus usuarios siempre tengan liquidez.

- **Educación popular**

Bouchart (2015) explica que las MSCs dan a sus usuarios la oportunidad de pensar sobre la relación con el dinero y también de *compartir la visión sobre la circulación de la moneda como una riqueza, de ver la moneda como una herramienta y no como un fin*, además de despertar el interés sobre otros aspectos del sistema monetario que influyen en nuestro estilo de vida. Si bien esta característica no aporta ningún beneficio económico a sus usuarios, se puede destacar este aspecto como un paso hacia la reforma monetaria, un requisito para la construcción de un mundo sostenible.

5.3.4. Oportunidades (ventajas externas)

- **Fallos estructurales de la moneda de curso legal**

Todos los fallos estructurales de las monedas oficiales, analizados en el Capítulo 2, se convierten en oportunidades para MSCs cuando están diseñadas para paliarlos. Por ejemplo, una MSC oxidable puede servir para compensar todos los efectos malignos que derivan de las tasas de interés y otra MSC cuya creación está libre del endeudamiento puede liberar sus usuarios del miedo a la bancarrota, ya que siempre hay suficiente cantidad de liquidez en circulación.

- **Colaboración con otras entidades financieras**

En algunos casos colaboran las entidades financieras de economía social con MSCs. La cooperativa Regios ofrece microcréditos en cuatro MSCs bávaras (Chiemgauer, Sterntaler, Amper-Taler y Regio) en condiciones más favorables que los préstamos de los bancos tradicionales. Las dos entidades financieras que participan en SOL-Violette aprovechan euros depositados como respaldo de esta moneda para ofrecer microcréditos en moneda oficial, puesto que todavía no se ofrece microcréditos en dicha MSC. Y el Banco Palmas ofrece microcréditos en MSC a consumidores para poder comprar productos de PyMEs locales (de França et al., 2012).

- **Dificultad en acceder al crédito bancario y/o conseguir clientes en el mercado formal**

La dificultad en conseguir crédito bancario, sobre todo en épocas de retroceso económico, incentiva que muchos emprendedores pidan préstamos en MSC si las condiciones son más favorables (menos requisitos, menos tasas de interés...). Stodder (2005) demuestra que el banco WIR funciona para compensar la economía oficial cuando está en retroceso y tanto el número de socios como facturaciones y créditos concedidos en esta moneda (véase 4.5.1).

Otro elemento importante que se podría destacar es el sentido de comunidad que se fomenta entre los usuarios: este lazo facilita la venta de productos y mejora resultados económicos de sus actores.

- **Desconfianza al sistema monetario / financiero convencional por parte de la sociedad civil**

Otra corriente importante que se observa cada vez más en los últimos años es el descontento respecto al sistema actual de banca y de moneda. Los socios de la Cooperativa Integral Catalana usan su propia MSC, denominada ECO, en sus transacciones internas con el fin de reducir su dependencia del euro, y el Banco Palmas ofrece sus servicios financieros a aquellos excluidos del sistema bancario oficial. De ahí que las MSCs pueden presentarse como alternativa al sistema financiero actual para aquellos que no disfrutaban de sus ofertas.

- **Apoyos y reconocimientos del sector público**

En algunas ocasiones el sector público brinda apoyos a la puesta en marcha y al mantenimiento de MSCs además del reconocimiento oficial a las iniciativas existentes.

SOL-Violette en Toulouse, Francia es una experiencia que nació gracias al apoyo generoso por parte del Ayuntamiento que invirtió 120.000 € para arrancar el proyecto en 2011, 130.000 € para el ejercicio 2012 y 100.000 € para el ejercicio 2013 (CLAS, 2011, 2012 y 2013), además de la participación del Crédit Municipal como casa de cambio entre euro y SOL. Esta colaboración ha sido posible gracias a la profunda comprensión del tema por parte del alcalde y no es algo replicable en otros contextos. Sin embargo, es un caso muy relevante de la colaboración del sector público a la implementación de MSCs.

En Argentina, los Clubes de Trueque también contaron con el apoyo del gobierno nacional cuando la Secretaría de Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Economía firmó un convenio con la asociación PAR para impulsar estas prácticas a lo largo y ancho del país, además de la actitud favorable del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que organizó jornadas sobre esta práctica en 1997 y 1998 (Hintze et al., 2003 y Gomez, 2009). Si bien estas políticas no tenían como objetivo subsidiar la creación de estas prácticas, fue una forma bastante eficaz para multiplicarlas.

En Brasil, la Secretaria Nacional de Economía Solidária (SENAES) firmó un acuerdo en 2005 con el Instituto Palmas, una institución dedicada a la multiplicación del modelo del banco comunitario a lo largo y ancho de Brasil (Singer, 2013), para *apoyar sus diversificadas actividades* con el fondo ofrecido por el Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), y después vinieron otras ayudas como el Programa Nacional de Finanças Solidárias y programas de los estados de Ceará y de Espírito Santo, entre otros (Equipe NESOL-USP, 2013).

En Venezuela, el propio presidente Hugo Chávez tomó la iniciativa de impulsar las MSCs. Después de que el propio presidente presentara la importancia de MSCs en su

programa dominical "Aló Presidente"⁸⁹ el 18 de diciembre de 2005, el gobierno venezolano contrató a varios técnicos para implementar estas experiencias (Dittmer, 2011). Se puede interpretar esta política de forma similar a la de Argentina, que hace hincapié en crear un marco y una imagen favorables, más que dar subsidios y gracias a estos esfuerzos se ha conseguido dar luz a 13 iniciativas en este país (ibid).

En Reino Unido, Naqvi y Southgate (2013) admiten que sus billetes de libra esterlina *no son sino una forma de instrumento de pago usado en paralelo con otros medios físicos de intercambio* y aclara que, debido a su tamaño pequeño y al hecho de que muy a menudo están respaldadas con este dinero oficial británico, es poco probable que las MSCs vigentes allí *presenten un riesgo a los objetivos del Banco (de Inglaterra) de estabilidad monetaria o financiera*, dando el visto bueno al uso de estos medios de intercambio.

En Japón, el Ministerio de Asuntos Interiores y Comunicación implementó en 2005 algunas MSCs, presuntamente con el fin de estimular la economía local de algunos municipios, pero con la verdadera intención oculta de promocionar el uso de las Tarjetas del Sistema de Red de Registro Básico de Residentes (denominadas generalmente como "Jûki Card"), un esquema poco popular debido a los fallos de seguridad⁹⁰. Se implementó esta experiencia en cinco municipios distintos, costándole entre 24,465 y 30 millones de yenes (€ 219.900 a 269.700), sobre todo en el desarrollo del sistema electrónico, pero sólo una de las cinco iniciativas tuvo una facturación superior a 1 millones de yenes, comprobando la ineficacia del sistema (Hirota, 2011). Este caso es particular porque el gobierno pretendía un objetivo distinto al de ofrecer estímulos económicos a estos municipios, pero aún en este caso los ayuntamientos que trabajaron para este proyecto podían aprovechar este esquema con el fin de maximizar el efecto multiplicador, aprovechando el subsidio para la implementación de la infraestructura.

5.3.5. Comparación entre DAFO de MSCs y el de cooperativas de trabajo asociado

García Jané (2009b) analiza el DAFO de las cooperativas de trabajo (Tabla 9). Merece la pena compararlo con el de MSCs para ver los puntos comunes:

Tabla 9: DAFO de las cooperativas de trabajo

⁸⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=9bF3rCENKr8>

⁹⁰ A diferencia que España donde todos los ciudadanos se ven obligados a llevar DNI, Japón carece de ningún documento similar. La introducción de esta tarjeta no significa la obligación de todos los japoneses a llevarla consigo todo el tiempo, sino meramente la provisión de otro medio de identidad, similar al pasaporte o al carné de conducir.

<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dificultades de financiación 2. Déficit de competencias profesionales o de gestión 3. Comportamientos propios de la sociedad capitalista 4. Formas de gestión similares a las de la empresa capitalista e, incluso, adoptando sus variantes más mecanicistas 	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación de los socios trabajadores 2. Proximidad social 3. Estructura de intercooperación
<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Exacerbación de la competencia 2. Aumento de la desarticulación social 	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Centralidad del trabajo cognitivo 2. Mercados más segmentados 3. Interés de los nuevos movimientos sociales emancipadores por el cooperativismo 4. Aparición de nuevas formas de gestión empresarial más compatibles con la identidad cooperativa

Se puede apreciar que parte de este DAFO está compartido con la de las MSCs: la falta de profesionalismo y el comportamiento de la sociedad capitalista entre las "debilidades" y "aumento de la desarticulación social" entre las "amenazas" suponen impactos negativos a las operaciones de las MSCs también. Asimismo, la proximidad social y la estructura de intercooperación en "fortalezas" y los mercados más segmentados en "oportunidades" son elementos que se pueden encontrar en las prácticas de tanto cooperativas de trabajo asociado como las MSCs.

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing en la promoción de MSCs

*"El diálogo crítico y libertador,
dado que supone la acción,
debe llevarse a cabo
con los oprimidos,
cualquiera sea el grado en que
se encuentra la lucha
por su liberación"*
(Paulo Freire,
Pedagogía del Oprimido)

A pesar de su origen puramente mercantil, el marketing ha desempeñado un papel cada vez más relevante en diferentes dominios socioeconómicos, incluso los ajenos a las actividades económicas, gracias al impacto generado al aplicar su metodología. Este cambio está reflejado en la propia definición del marketing que se ha alejado de su origen exclusivamente comercial, acabando por incluir "valor", un concepto subjetivo cuya percepción varía de *stakeholder* en *stakeholder*, y entrando en el campo de campañas sociales. Si bien se observa, en el sector de la ESS, un cierto recelo a rechazar cualquier idea que venga del capitalismo, es importante examinar bien su práctica y adoptarla siempre y cuando funcione bien sin contradecir sus principios, tales como los Siete Principios Cooperativos.

Una perspectiva importante que ha cambiado la naturaleza de esta técnica es el diálogo con los *stakeholders*, en vez de emitir mensajes unilateralmente e imponérselos cuando comenzó a aplicarse a los trabajos sociales. Se considera, como clave, comprender la situación y los intereses del público a quien se pretende aplicar el marketing, intercambiar palabras con ellos y modificar la propia oferta para que sea lo más aceptable posible. O sea, se requiere adoptar una actitud menos autoritaria, aceptar el público tal y como es en la actualidad y buscar una solución viable en vez de aferrarse a un programa prefabricado sin alterarlo.

El objetivo de este capítulo es revisar algunas teorías básicas de marketing con el fin de formular constructos en términos del marketing de las MSCs. En primer lugar, se define el concepto del marketing y el del valor, el valor percibido, la multiplicidad de los *stakeholders* y la orientación del mercado para determinar el paradigma del marketing.

en la promoción de MSCs

Luego se estudia el marketing relacional, una técnica para retener clientes en vez de captar los nuevos, y el marketing de causa social, una combinación del marketing mercantil con la promoción de una causa social. A continuación, se analiza detenidamente el marketing social, la aplicación de la técnica en el campo social, demostrando una curiosa coincidencia entre el marketing social y la educación popular, practicada entre los promotores brasileños de la ESS. Por último, se deducen los constructos del marketing de las MSCs.

6.1. Definición del marketing y del valor

6.1.1. Definición del marketing por la American Marketing Association (AMA)

Es necesario comenzar este capítulo por definir el propio concepto de “marketing,” prestando atención a sus propias alteraciones a lo largo de su historia. La Tabla 10 muestra cómo la American Marketing Association (AMA) viene modificando el propio concepto.

Tabla 10: Definiciones de American Marketing Association sobre marketing⁹¹

Año	Definición
1960	El resultado de las actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor.
1985	El proceso de planificación y ejecución de la concepción, precio, comunicación y distribución de ideas, productos y servicios, para crear intercambios que satisfagan a los individuos y a los objetivos de la organización
2004	Una función de las organizaciones y un conjunto de procesos orientados a crear, comunicar y aportar valor a los consumidores y para dirigir las relaciones con estos de la manera más beneficiosa para la organización y para sus <i>stakeholder</i>
2007	La actividad, conjunto de instituciones y de procesos para crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas de mercado que tengan valor para consumidores, clientes, <i>marketers</i> y la sociedad en su conjunto

Vemos que al inicio (1960) el marketing era considerado como un mero proceso comercial de promover la venta de productos y servicios. Sin embargo, la emergencia del marketing social (véase 6.4) hizo imprescindible ampliar la definición, lo que podemos observar en la de 1985 que incluye el cumplimiento de la meta de las

⁹¹ Fuente: American Marketing Association.

organizaciones (“ideas”). Se abrió el nuevo paradigma en 2004 cuando se introdujo la palabra “valor”, yendo más allá de las estrategias de comunicación y distribución y fijando que el marketing está relacionado con el valor, lo que fue perfeccionado con la definición actual (2007). A continuación, se presentan los motivos de cambio entre la definición de 2004 y la de 2007 (Wilkie y Moore, 2007, Dann, 2008):

- Se quita el término *función de las organizaciones* porque parecía tener demasiado vínculo con el desinterés por otros departamentos de la misma empresa (enfoque exclusivo en su propia sección).
- La definición de 2007 considera marketing como algo a que se comprometen tanto organizaciones como individuos.
- La frase *Un conjunto de procesos* en la definición de 2004 fue sustituida por la del *conjunto de instituciones y de procesos* para reconocer el papel importante de productores, mayoristas, minoristas e investigadores de marketing, además de ser un proceso social.
- La definición de 2007 recuperó la noción de *intercambio*, que ya existía en la de 1985 pero que fue eliminada en la de 2004.
- La definición de 2007 se enfoca más en la oferta de valor, porque hay argumentos de que las organizaciones no *crean* ningún valor.
- La definición de 2007 especifica qué valor se crea (oferta de mercado)
- La definición de 2007 agregó *clientes* (porque las asociaciones no se dirigen a los consumidores sino a los clientes), *marketer* (porque ellos mismos también obtienen beneficios) y *sociedad en su conjunto* (porque el efecto del marketing no se limita a los *stakeholders*).

Dann (2008) también menciona varios avances, haciendo hincapié en los siguientes elementos además de los arriba mencionados:

- Incorporación de la cocreación de valor por clientes
- Diálogo entre *marketer* y usuario final
- Reconocimiento de intercambio entre los clientes para desarrollar soluciones impulsadas por la comunidad, normas sociales, significados culturales y simbólicos para marcas e interpretación de mensajes de marketing social en ideas, valores y creencias

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

- Oportunidad para que los clientes puedan crear valor al comunicarse con la organización e intercambiar informaciones deseos y necesidades como su "oferta de valor" a la organización que realiza el marketing

Otro concepto clave en estas definiciones es el intercambio. Bagozzi (1975) demuestra que existen los siguientes tres tipos de intercambio:

- a) **El restringido:** donde existen sólo dos actores para intercambiar bienes y servicios. Se aplican los principios de igualdad (la oferta y la demanda son equivalentes, ya que nadie quiere pagar más que el valor del producto / servicio) y también de simultaneidad (la entrega de A a B y la de B a A se realizan al mismo tiempo o con el menor retraso posible).
- b) **El generalizado:** donde existen al menos tres actores que se benefician recíproca pero indirectamente. Por ejemplo, A da a B, B da a C, C da a D y D da a A un producto equivalente. Este concepto fue descrito por Lévi-Strauss (1949) para explicar la práctica de en algunas etnias del intercambio de mujeres entre diferentes familias (ejemplo: una mujer de la familia A se casa con un hombre de la familia B, una mujer de la familia B se casa con un hombre de la familia C, una mujer de la familia C se casa con un hombre de la familia A).
- c) **El complejo:** donde existen al menos tres actores que se benefician mutua e indirectamente. Por ejemplo, A y B y B y C se benefician.

Apliquemos la última definición del marketing a la relación entre la entidad gestora de MSCs y sus usuarios:

- **Actividad, conjunto de instituciones y de procesos:** diseño de la moneda, campañas promocionales, eventos (feria en MSCs, talleres de capacitación)...
- **Ofertas de mercado que tengan valor:** un medio de intercambio más útil que la moneda oficial. La mayor utilidad se debe al mejor acceso al préstamo (en especial en épocas de retroceso económico), al menor costo financiero, a la atracción y fidelización de clientes, a los ingresos adicionales y al aumento del empleo..., examinando su efecto para cada uno de los colectivos económicos y sociales.

Es importante anotar que las MSCs son un medio de intercambio "generalizado", ya que quien emite el dinero necesita ofrecer algo equivalente para recuperarlo, o sea cada circulante ha de volver a mano de su propio emisor para terminar su ciclo de vida. Este aspecto del dinero como "pagaré" es más aparente en el modelo LETS (todo el saldo negativo necesita ser compensado con la oferta de bienes y/o servicios) o el modelo Tlalloc / WAT (donde el emisor del dinero está obligado a aceptarlo), entre otros.

Lo más importante a este respecto, sin embargo, es el carácter de MSCs como medio de intercambio. Por tanto, el marketing se refiere a la oferta de un medio de intercambio "generalizado" con sus propios efectos socioeconómicos. Sería fundamental describir breve y claramente el producto para poder atraer usuarios.

6.1.2. Definición conceptual del valor

Esta definición del marketing plantea la necesidad de examinar más profundamente lo que significa la palabra "valor". Vamos a ver cómo la economía y el marketing han tratado este tema.

El primer economista que se dedicó a estudiar este concepto fue Adam Smith quien acuñó dos conceptos: *valor de uso* y *valor de intercambio*. Se da el ejemplo del agua (mucho valor de uso, pero poco valor de intercambio) y del diamante (poco valor de uso pero muchísimo valor de intercambio) (Smith, 1776). El primero está estrechamente ligado con el consumo (utilidad para el propio productor) mientras que el segundo es la base fundamental para la división de trabajo, y es posible que el mismo producto tenga ambos valores. El segundo es el propio fundamento de la aceptación por aquellos que no consumen por sí mismo este producto con valor de intercambio, por ejemplo, hasta los menores estarían dispuestos a aceptar cigarrillos, históricamente usados como medio de intercambio, aunque ellos mismos no pueden usarlos = fumarlos (con tal de que no esté prohibida la aceptación y/o la posesión de cigarrillos por menores), porque en esa circunstancia no faltarían adultos con ganas de consumirlos.

En el contexto del marketing, el segundo valor es más relevante, por cuanto es el que el consumidor tiene en cuenta a la hora de comprar productos y/o servicios. En el contexto del marketing, los valores que ofrecen las MSCs se centran en ser *medio de intercambio para facilitar transacciones entre usuarios* complementaria a la moneda oficial (véase Tabla 10).

Carlos Marx es otro economista cuya definición de valor como *encarnación o materialización del trabajo humano abstracto* (Marx, 1867) es ampliamente conocida. Sin embargo, el concepto actual de marketing no es compatible con esa visión, ya que la definición de AMA en 2007 destaca *valor para consumidores, clientes, marketers y la sociedad en su conjunto*, en vez de las horas de trabajo incorporado por los obreros. De ahí que, por ejemplo, no tiene ningún valor ni una película aburrida que nadie quiere ver por más grande que sean los esfuerzos hechos para su realización, ni jamón serrano, por mejor que sea, para el mercado de países musulmanes donde está prohibido consumir cerdo. Por una parte, se reconocen los esfuerzos de los trabajadores que fueron necesarios para producir cualquier producto y que necesitan ser remunerados, pero por otra parte los consumidores evalúan el valor del mismo producto de acuerdo con su propio criterio. Un grupo de turistas estadounidenses agradecen el esfuerzo del

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

restaurante a abrir horas extras para atenderles cuando llegan a un horario insólito y pagan buenas propinas por este valor añadido, mientras que otro restaurante en Arabia Saudita no tendrá ningún cliente si se abre por la comida del mediodía durante el Ramadán cuando todos los musulmanes tienen que ayunar hasta la puesta del sol. Es, por lo tanto, importante apartarse del dogma marxista de que cualquier producto o servicio tiene valor y prestar más atención en averiguar qué percepción tiene el consumidor como valor.

La teoría de equilibrio general, acuñada por Walras (1874), explica el proceso de la determinación de precio comenzando por determinar *riqueza social* como *conjunto de cosas materiales o inmateriales ... que son raras* (útiles y limitadas). Walras define otros aspectos, tales como *cantidad limitada = apropiable* (excluyendo aquellos bienes que no encajan en esta categoría, tales como luz solar y aire que disponemos sin límite ni pagar el costo), *válido e intercambiable* (restringiéndose a aquellos bienes que tienen valor de intercambio) e *industrialmente producibles y multiplicables*, mencionando las nociones de *valor de intercambio, industria y propiedad* como palabras claves para comprender la riqueza social.

En base a esta definición, Walras describe el hecho de que el precio llega al equilibrio entre la demanda de compradores que incrementa a medida que baja el precio y la oferta de vendedores que incrementa a medida que sube el precio. Este proceso aclara cómo se genera el valor, ya que cotiza cualquier mercancía que se ofrece al mercado. O sea, el valor es el equilibrio entre la oferta que quiere maximizar el precio y la demanda que quiere minimizarlo, y este valor puede cambiar cuando haya variaciones en la cantidad ofrecida y demandada. Dicho de otro modo, *los valores de intercambio son proporcionales a la escasez* (ibid).

Sin embargo, cuando se habla de "valor" de las MSCs no interesa tanto tratar su valor de intercambio con otros productos / servicios, sino la utilidad de este propio medio de intercambio frente a la moneda oficial, lo que determina el número de usuarios que lo aceptan, el acceso al crédito y sus condiciones, el efecto de atracción y fidelización de clientes o el aumento del ingreso, entre otros. Es importante comprender la verdadera naturaleza del "valor de intercambio" que ofrecen las MSCs a sus usuarios y diseñarlas a fin de optimizar su uso.

Sheth y Uslay (2007) presenta otra observación valiosa en torno al valor: *se crea el valor cuando se conectan dos individuos / instituciones con recursos complementarios*. En este contexto se explica que las transacciones se realizan entre un actor económico con un producto o servicio a ofrecer en cambio de dinero y otro actor económico con dinero a ofrecer en cambio del mismo, es decir, entre un agente de demanda dinero y otro que, a cambio, demanda bienes o servicios (Gesell, 1916). Asimismo, se interpreta la

implementación y la circulación de MSCs como un servicio a aquellos actores económicos que demandan por un medio de intercambio, proporcionado por un gestor y el gestor de un nuevo sistema complementario de intercambio. La Tabla 11 resume estas ofertas y demandas:

Tabla 11: Oferta y demanda de los sistemas de MSC y de los usuarios

	Oferta	Demanda
MSCs	Medio de intercambio para facilitar transacciones entre usuarios	Aumento de transacciones entre los usuarios en este medio de intercambio
Usuarios	Transacciones hechas íntegra o parcialmente en esta MSC	Medio de intercambio - Para poder comprar bienes y/o servicios aún sin disponer de moneda oficial (es necesario que los abastecedores de tales bienes y/o servicios acepten esta MSC) - Para poder aumentar facturaciones - Para tener acceso en condiciones más favorables a crédito - Para conseguir autogestión monetaria parcial

Fuente: elaboración propia por el autor.

Esta aclaración de las ofertas y demandas es el punto de partida importante para considerar valores intercambiados entre los usuarios y los administradores de MSC. Los usuarios de MSC reivindican un nuevo instrumento que les abran las siguientes posibilidades:

- **Realización de compras sin disponer de dinero oficial:** algunos modelos de MSC permiten que sus usuarios hagan compras, aunque no tengan moneda oficial (efectivo o saldo positivo en la cuenta bancaria). Normalmente los actores económicos piden préstamos en las entidades financieras cuando la cantidad de dinero disponible no alcanza para cubrir el costo de un proyecto, pero las entidades bancarias les conceden liquidez solamente si se aseguran el cobro de intereses y la devolución del capital. La no necesidad de pagar tasas de interés es otro valor importante que se debería destacar al realizar actividades de marketing.

Tabla 12: Formas de realizar compras en MSCs⁹²

Forma	Descripción
Posibilidad de quedarse en saldo negativo	Los sistemas de crédito mutuo (LETS, Bancos del Tiempo, Trocobuy...) permiten que sus usuarios tengan un saldo negativo hasta una cierta cantidad sin ningún costo adicional.
Concesión de los bonos	Los clubes de trueque en Argentina concedían 50 créditos (equivalente a 50 dólares estadounidenses) a los nuevos socios con tal de que los devuelvan cuando se den de baja. Aunque se consideraba la emisión de estos créditos como préstamos sin tasas de interés, la no necesidad de devolverlos al sistema significaba que esta MSC era prácticamente una moneda <i>fiat</i> .
Entrega de productos al almacén	El Banco de Horas Comunitario en Capilla del Monte, Argentina emite su propia moneda cuando sus socios entregan productos (alimentos, vestimenta, libros etc.) a su oficina. Estos bienes depositados sirven, por supuesto, como garantía para esta moneda puesta en circulación y cualquier portador puede exigirlos en esta oficina. (Caldano, 2007, Orzi, 2012)
Concesión de crédito	El Banco WIR y también la cooperativa REGIOS conceden crédito bancario a sus usuarios, cobrando tasas de interés. El criterio para la evaluación está basado, no obstante, en la confianza que tiene el sistema hacia el prestatario además del valor de las hipotecas ofrecidas y suele haber condiciones más favorables que las de préstamos en bancos comerciales en moneda de curso legal.

- **Creación de otro mercado con transacciones difíciles o imposibles en moneda oficial:** la inyección de un nuevo circulante (tanto si es físico como virtual) genera otro mercado donde pueden participar actores económicos sin suficiente dinero de curso legal. Los Clubes de Trueque permitieron que las personas sin pesos argentinos pudieran intercambiar bienes y servicios usando su propio medio de intercambio y las PyMEs que se adhieren al Banco WIR consiguen créditos que a lo mejor no obtendrían a través de canales convencionales, al menos bajo condiciones tan favorables. Este acceso a la liquidez es el *océano azul* (Kim y Mauborgne, 2008) donde se crea un nuevo mercado, distinto que el *océano rojo* donde compiten diferentes empresas mutuamente para aumentar su cuota del mercado existente.

⁹² Fuente: Elaboración propia por el autor.

- **Aumento de facturación:** las MSCs pueden brindar la rentabilidad a sus usuarios mediante las siguientes dos formas:
- a) **Generación de nuevas transacciones gracias a la inyección de nueva liquidez:** la puesta en circulación de nuevos circulantes permite transacciones que no se producirían sin los mismos, ya que concede a los socios de MSC un poder adquisitivo adicional, y
- b) **Atracción de clientes como resultado de fidelización:** la aceptación restringida de MSCs tiene el efecto de estimular compras mutuas dentro del sistema. El 5% de la tasa de reconversión de Chiemgauer a euro incentiva a los comercios locales a gastar esta moneda regional en otros establecimientos socios. Por otra parte, las MSCs no canjeables en moneda oficial (modelo LETS, Terra, Banco WIR...) obligan a que sus portadores busquen contrapartes para gastarla.
- **Acceso a crédito en condiciones favorables:** otra ventaja que pueden ofrecer algunas MSCs son los préstamos en este medio de intercambio. Como normalmente las entidades gestoras son entidades de economía social (asociaciones o cooperativas), existe un nivel más alto de autonomía que permite operaciones al servicio de sus propios socios, lo que resulta en los siguientes dos fenómenos distintos:
- **Tasas de interés más bajas o su ausencia total:** como estas mismas entidades pueden crear tales medios de intercambio sin tener que pagar tasas de interés a los depositarios, se puede ofrecer créditos a tasa de interés más barato. Además, la no necesidad de que los gestores de MSC maximicen su lucro reduce aún más las tasas de interés.
- **Evaluación más favorable en la concesión de créditos:** la relación más estrecha entre los acreedores y los deudores ayuda a desarrollar prácticas y/o productos de financiación más apropiados a las necesidades de los beneficiarios de estos mismos servicios.
- **Autogestión monetaria parcial:** algunas MSCs nacen a partir del anhelo del colectivo a tener su propio medio de intercambio autogestionable. Los bancos comunitarios en Brasil conceden algunos créditos en MSC en vez de real para que los prestatarios los gasten en comercios locales, manteniendo la liquidez y estimulando la economía local. Las cooperativas integrales promueven el uso de sus MSCs en las transacciones internas con el fin de independizarse del monopolio de euro. Aunque no es una característica que atraiga a todos los usuarios de MSCs, es importante resaltar estos valores en determinadas ocasiones.

Tras señalar diferentes ventajas, es importante clasificar las ventajas enumeradas a lo largo del Capítulo 4 y en las Oportunidades (5.3) para señalar a qué tipo de personas les interesa cada una de éstas (Tabla 13):

Tabla 13: Ventajas del uso de MSCs por stakeholder

Tipo de personas	Ventajas
Activistas	Soberanía monetaria, freno a las actividades ecológicamente dañinas, promoción de una economía basada en la producción y consumo local
Consumidores en general	Descuentos (ofrecidos en algunas MSCs), donación a proyectos sociales (Chiemgauer)
Parados	Aumento de empleo, generación de ingreso para los marginados,
Prosumidores, comercios locales y autónomos	Fidelización de clientes y fortalecimiento de la cohesión social, apoyo a PyMEs locales, mejora en la imagen de sus socios, circulación más rápida (en caso de monedas oxidables)
Asociaciones	Ingreso adicional (Chiemgauer), participación de voluntarios (Bancos del Tiempo etc.),
En general	Aumento y retención de la liquidez, efectos contracíclicos, posibilidad de tener crédito hasta el saldo negativo permitido (MSCs de crédito mutuo), protección frente a las perturbaciones externas, posibilidad de realizar compraventas sin moneda oficial, conversión de bienes ociosos en liquidez (MSCs respaldadas con otros bienes)

Fuente: elaboración propia por el autor.

Por otra parte, desde el punto de vista de las entidades gestoras de MSC, su objetivo es conseguir el número máximo posible de transacciones entre los usuarios, más para lograr economías de escala y agrandar su impacto socioeconómico que para perseguir mejor rentabilidad.

Otro concepto fundamental es la cocreación de valor, un nuevo fenómeno por el que los consumidores participan en el proceso de la creación de valor, definida por Prahalad y Ramaswamy (2004) como:

- Creación conjunta de valor por la empresa y el cliente

- Posibilidad de que el cliente coconstruya la experiencia de servicio para adaptar a su contexto
- Definición conjunta del problema y la solución del problema
- Creación de un ambiente de experiencia en que los consumidores puedan tener un diálogo activo y coconstruir experiencias personalizadas
- Variedad de experiencias
- Experiencia de uno
- Experiencia del negocio tal y como hacen los consumidores en tiempo real
- Diálogo continuo
- Coconstrucción de experiencias personalizadas
- Innovación del ambiente de experiencia para experiencias de nueva cocreación

Es muy importante destacar que la propia estructura de la *Gestión democrática por parte de los asociados*, el segundo de los Principios Cooperativos (ACI, 1995), facilita todo este proceso de cocreación entre productores y consumidores, sobre todo cuando los clientes también son socios de las entidades de ESS. En el contexto de MSCs, las iniciativas gestionadas por entidades de ESS tienen una estructura ideal para la cocreación, ya que los socios-usuarios pueden influir en la gestión de su propio medio de intercambio. También algunas experiencias de ESS, tales como la *Community-Supported Agriculture (CSA)* / *Teikei* y/o el comercio justo, demuestran el horizonte de esta cocreación (véase 6.4.2).

6.1.3. Valor percibido y la multiplicidad de los *stakeholders*

Un aspecto importante que no puede pasar inadvertido al tratar del valor dentro del marco del marketing es el hecho de que este concepto se interpreta de forma diversa en función de los actores económicos y contextos, sobre todo para las MSCs donde la multiplicidad y la diversidad de los *stakeholders* requieren que este medio de intercambio sea diseñado de manera que pueda ofrecer ventajas personalizadas a cada uno de ellos. Es obvio que los establecimientos locales tienen un interés socioeconómico particular que difiere bastante de aquel de los consumidores o del sector público y es imprescindible elaborar una estrategia de marketing que ofrezca valores específicos a cada uno de estos actores económicos segmentados.

El punto de partida es considerar qué es el “valor percibido” para los consumidores. Dado que no son los vendedores sino los consumidores que evalúan el valor de cada producto / servicio y estudian si son efectivos o no, es fundamental conocer su criterio

en la promoción de MSCs

para determinar el valor. La Tabla 14 muestra diferentes definiciones sobre el valor percibido:

Tabla 14: Definiciones sobre el valor percibido

Autor	Definición
Corfman (1987)	Depende de la utilidad derivada de un ítem y de la inversión que se necesita para adquirirlo
Zeithaml (1988)	La evaluación global del consumidor de la utilidad de un producto, basada en la percepción de lo que se recibe y de lo que se entrega
Dodds et al. (1991)	El equilibrio cognitivo entre percepciones de calidad y sacrificio / Nivel de calidad de producto percibida de forma relativa al precio pagado
Nilson (1992)	La expresión del consumidor de los beneficios del producto
Monroe (1992)	Un equilibrio entre la calidad o beneficios percibidos en un producto y el sacrificio percibido por el pago del precio
Chang y Wildt (1994)	Una combinación de la calidad percibida de un producto y del precio asociado, que el cliente sintetiza como el valor recibido
Gale (1994)	Calidad percibida por el mercado corregida por el precio del producto
Fornell et al. (1996)	Nivel de calidad de producto percibida de forma relativa al precio pagado
Lovelock (1996)	La suma de todos los beneficios percibidos (valor bruto) menos la suma de todos los costes percibidos
Woodruff (1997)	Una preferencia y evaluación percibida de los atributos del producto, de los atributos de los resultados y de las consecuencias derivadas del uso que facilita alcanzar los objetivos y propósitos del cliente cuando los utiliza
Holbrook (1999)	Una experiencia interactiva, relativa y preferencial
Chías (1999)	La propuesta diferencial entre el conjunto de utilidades que aporta y los costes de adquisición
Oliver (1999)	Una función positiva de lo que se recibe y una función negativa de lo que se sacrifica
Kotler et al. (2000)	La relación entre lo que el consumidor obtiene y lo que da / La diferencia entre el valor total que recibe el cliente y el coste total en el que incurre

Bigné et al. (2000)	La valoración global que hace el consumidor de la utilidad de una relación de intercambio basada en las percepciones de lo que recibe y lo que da
Martín et al. (2004)	El juicio del cliente sobre el servicio recibido, donde todos los beneficios y sacrificios percibidos respecto al mismo son procesados simultáneamente en la mente del cliente, lo cual conduce a una evaluación global

Fuente: Gil y González Gallarza (2008)

Es esencial agregar una observación sobre el uso de la palabra "consumidor" antes de seguir la discusión en torno al valor percibido: en el marco del marketing de MSCs se entiende como "consumidor" cualquier usuario de las mismas independientemente de la categoría a que normalmente pertenece, ya que todos utilizan el servicio de la puesta en marcha de una nueva herramienta para trocar productos y servicios producidos dentro del circuito económico cerrado. De ahí que se entienden no solamente los consumidores convencionales sino también los autónomos, los comercios locales, las asociaciones y el sector público como "consumidores" del servicio de este medio de intercambio, de un modo similar a que todos ellos son "clientes" al tener una cuenta en una entidad financiera.

Esta multiplicidad de "consumidores" plantea la necesidad de segmentarlos con el fin de optimizar las estrategias del marketing. Se exponen, a continuación, las seis preguntas a este respecto (Yankelovich y Meer, 2006), seguida por aplicación al campo de las MSCs:

- 1) ¿Qué estamos intentando hacer?:** importancia de coordinar las decisiones estratégicas de la empresa con la segmentación. En caso de MSCs, determinar cuáles son los tipos de "consumidores" que usan este medio de intercambio y perfilarlos bien detenidamente.
- 2) ¿Qué consumidores proporcionan beneficios?:** necesidad de averiguar cuáles son los elementos que hacen que un sector de clientela sea más lucrativo que los demás y buscar nuevos clientes en otros sectores que compartan ciertas características. En caso de MSCs, elegir potenciales usuarios con más transacciones y aproximarse a ellos (en caso de Chiemgauer, la incorporación de un proyecto social ampliamente reconocido puede ser otra clave para aumentar su uso, ya que se espera que un gran número de consumidores locales quieran

en la promoción de MSCs

participar. Merece la pena, además, estudiar todas las posibilidades de conceder préstamos en MSC, ya que cualquier prestatario es "consumidor" en este sentido.

- 3) **¿Qué actitudes importan en la decisión de compra?:** existen algunas actitudes que están directamente relacionadas con el producto o el servicio promovido, por lo tanto, es importante estudiar el estilo de vida, las actitudes, la autoimagen y las aspiraciones de los consumidores. En caso de MSCs, estudiar el perfil de los usuarios más activos de este medio de intercambio y ver cómo se puede aprovechar de su afán para captar más socios.
- 4) **¿Qué están realmente haciendo mis clientes?:** se trata de estudiar las propias preferencias de los consumidores para configurar el producto o el servicio más a su gusto. En caso de MSCs, elegir el mejor modelo de soporte tecnológico (billetes / tarjetas inteligentes / cuenta online..., incluso determinar las denominaciones más útiles en caso de billetes) y también el respaldo (depósito del dinero oficial / depósito de otros bienes / crédito / crédito mutuo / fiat).
- 5) **¿Tendrá esta segmentación sentido para los ejecutivos?:** no se ponen en práctica las tácticas del marketing si no las aprueban los ejecutivos de la empresa y se hace indispensable desarrollar argumentos convincentes para conseguir el apoyo de los gerentes. En caso de MSCs es poco importante, porque no suele haber muchas etapas jerárquicas que separen entre los diseñadores del marketing y los ejecutivos.
- 6) **¿Puede esta segmentación generar el cambio?:** la segmentación tiene que ser flexible para adoptarse al cambio de los consumidores (sus necesidades, actitudes y comportamientos) y también a la coyuntura. En caso de MSCs, revisar regularmente la segmentación de comercios locales / consumidores finales etc. para que todas las estrategias del marketing sean enfocadas a los segmentos más apropiados.

A pesar de la multiplicidad de definiciones ya existentes, podemos observar algunos elementos compartidos. Vamos a resumir sus puntos comunes:

- **Utilidad:** también como "calidad", "beneficio", "atributo", "consecuencia" y "función positiva." Todas estas palabras se refieren al impacto positivo que aporta el producto y/o el servicio.
- **Precio:** también como "inversión", "sacrificio", "coste" y "función negativa." En suma, la cantidad de dinero que dispensa el consumidor con el fin de obtener la "utilidad" que acaba de mencionarse.

- **Equilibrio:** también como "suma" y "relación." Significa que la utilidad equivale al precio. Como ya aclaró Walras, los productos aumentan su precio si hay más utilidad mientras que lo bajan cuando su beneficio está restringido.
- **Percibido:** la utilidad no es algo que sea objetivamente calculable sino está sujeta al criterio subjetivo de cada uno.

La definición que mejor resume estos cuatro conceptos es la de Monroe (1992) de *un intercambio entre la calidad o beneficios que perciben del producto en comparación con el sacrificio que perciben pagando el precio*⁹³, o sea el equilibrio entre las ventajas que, según el consumidor, aporta el producto / el servicio y el precio que se debe pagar para obtenerlo. Es necesario prestar atención al hecho de que no hay ningún criterio universal sobre el equilibrio entre la utilidad y el precio sino cada consumidor lo mide distinta y subjetivamente, y es, por lo tanto, de suma importancia tratar de entender la percepción de los consumidores. El sacrificio está compuesto no sólo del precio que paga el consumidor sino también el *costo de adquisición, transporte, instalación, manejo del pedido, reparaciones y mantenimientos, riesgo de error o bajo resultado* (Ravald y Grönroos, 1996). Esto significa, en el ámbito de MSCs, instalación de lectores, aprendizaje del uso de la página web para la compraventa y adaptación de la contabilidad para poder administrar facturaciones y pagos en MSC, entre otros, y es fundamental que las entidades de MSCs ofrezcan ventajas que compensen todos estos sacrificios por parte del consumidor.

Ahora bien, analicemos la utilidad de diferentes MSCs en comparación con las monedas oficiales. Las monedas oficiales tienen el máximo grado de aceptación general y validez para comercios exteriores, pero las MSCs crean sus propios mecanismos de financiación a los usuarios que pueden resultarles más baratos que el crédito bancario, compensando el inconveniente inicial. Hay otros campos en que las MSCs pueden demostrar su fortaleza, tales como *ingreso para los marginados, gestión democrática, fidelización de la clientela, contribuciones sociales y Estabilidad anticíclica*, y es preciso incluirlas en la redacción de estrategias para el marketing de MSCs. Este gráfico constata *una amplia gama de objetivos e influencias sociales* (Lee et al., 2004) reflejados en los valores de las MSCs.

Un aspecto importante para la comprensión de los consumidores es conocer su idiosincrasia: hay muchos productos que se venden sólo en determinadas áreas geográficas (ejemplo: yerba mate para el mercado rioplatense y tortilla de maíz en México) porque están muy vinculados al estilo de vida local mientras que el jamón

⁹³ Esta cita no es idéntica a la que aparece en la Tabla 13, pero se entiende que la diferencia se debe a la traducción.

en la promoción de MSCs

serrano no tendrá su mercado en los países musulmanes. También existen diferentes grados de aceptar precios (ejemplo: los individuos con ingreso disponible limitado tienden a preferir productos a precios inferiores en detrimento de la calidad) y sus propios valores pueden afectar su comportamiento de consumo (ejemplo: los consumidores con alto nivel de conciencia en ecología son propensos a pagar extra para la preservación ambiental). Es crucial incorporar estos elementos en el diseño de la estrategia de marketing y también dialogar con los consumidores para transmitir el valor del producto (véase 6.4).

Este tema afecta a la toma de decisión de los potenciales usuarios de MSCs, sobre todo los establecimientos que quieren utilizarlas con el fin de mejorar su balance comercial. Salvo algunas iniciativas que funcionan gracias al subsidio que vienen de patrocinadores (se volverá a tratar de este tema más abajo), cada iniciativa necesita cubrir sus costos operativos, parte de los cuales son sólo pagables en moneda oficial, aunque la propia red de intercambio creada por la misma servirá para cubrirlos parcialmente. Obviamente estos gastos necesitan ser compartidos entre los socios a través de una de las siguientes formas o sus combinaciones (Lietaer y Hallsmith, 2006):

- **Cuota fija de membresía:** cada socio paga una cierta cantidad de dinero independientemente de la cantidad de transacciones hechas y/o la de MSCs intercambiadas. También es posible fijar tasas diferentes para socios diferentes, por ejemplo, una para particulares y otra para establecimientos.
- **Tasa de transacción:** se cobra un porcentaje de tasa a cada transacción.
- **Tasa de interés:** se aplica a las MSCs emitidas como crédito bancario. Esta metodología está introducida para Banco WIR.
- **Oxidación:** las MSCs perderán su valor paulatinamente para que este valor oxidado se quede en el bolsillo de la entidad gestora. Funciona mejor en los sistemas en que la cantidad de la masa monetaria es relativamente estable, y sobre todo en los sistemas cuya moneda está respaldada con dinero oficial (ejemplo: Chiemgauer).

Cada método tiene sus propias ventajas y desventajas. La cuota fija puede parecer demasiado cara para aquellos socios que realizan pocas acciones mientras que la tasa de transacción puede considerarse como "impuesto" que desanima el propio uso de este medio de intercambio. La tasa de interés a los créditos concedidos es la misma práctica adoptada por los bancos comerciales, aunque la gestión por entidades de ESS puede eliminar todos los vicios de los actores capitalistas. Y la oxidación no se adecúa al modelo LETS, porque se puede reducir la suma de saldos positivos y la de saldos negativos cuando todos los socios intentan gastar todo el saldo positivo cuanto antes. De todas formas, es necesario elaborar un mecanismo que permita que el sistema

recupere sus costos operativos y también que los establecimientos tengan más ventajas económicas que estas contribuciones.

Por otra parte, también es verdad que los “consumidores” (del sistema monetario actual) ya están acostumbrados a usar varios medios de intercambio. La Tabla 15 demuestra qué tipo de costos y otros “sacrificios” existen para el uso de cada sistema de moneda (tanto MSCs como distintas formas de pago en moneda oficial):

Tabla 15: Costos monetarios y otros “sacrificios” requeridos por cada sistema de liquidación⁹⁴

Sistema	Costos monetarios	Sacrificios no monetarios
Efectivo	Tasas de interés (aplicables sólo a los prestatarios)	Riesgo de pérdida / robo
Cheques, letras de cambio	Comisión al banco	Necesidad de ir al banco para reembolsarlo en efectivo etc., riesgo de pérdida / robo
Tarjeta de crédito / débito	Comisión al emisor	Necesidad de comprar lectores / preparar una buena página web, riesgo de pérdida / robo de la tarjeta
Transferencia bancaria	Comisión al banco	Necesidad de ir al banco para realizar el trámite o de aprender a realizarlo online
Banca online	Comisión al banco	Necesidad de aprender a usarlo
Paypal	Comisión al gestor	Necesidad de aprender operaciones online
Chiemgauer	Comisión de reembolso a €, oxidación	Ir a la oficina de Chiemgauer para el cambio (€>C y C>€), riesgo de pérdida / robo
LETS	Membresías y/u otros costos para el mantenimiento del sistema	Necesidad de aprender su uso, incluso la página web, necesidad de evitar la acumulación del saldo positivo
Bancos del Tiempo	Ibid. / subsidios por el sector público / fundaciones	Necesidad de aprender el uso de la página web o avisar cada transacción al coordinador

⁹⁴ Fuente: elaboración propia del autor.

RES	Comisión a pagar para cada transacción	Necesidad de comprar lectores
WIRBank	Tasas de interés a los préstamos, comisión por transacción	Necesidad de comprar lectores
Calgary Dollar	Nada (apoyado por una fundación)	Necesidad de evitar la acumulación de esta MSC, riesgo de pérdida / robo
Créditos de los Clubes de trueque	Membresía	Necesidad de evitar la acumulación de esta MSC, riesgo de pérdida / robo

El efectivo y otros sistemas parecidos (Chiemgauer, Calgary Dollar y Créditos) tienen la ventaja de no necesitar obligar que los nuevos usuarios aprendan su uso mientras que otros sistemas sí lo exigen. Este requisito puede ser un obstáculo muy grave para algunas personas y sobre todo los sistemas de intercambio basados en Internet y/o teléfono móvil ponen un obstáculo difícil para las personas mayores y/u otras personas con dificultad en aprender nuevas tecnologías. Si bien todos los sistemas necesitan cubrir sus gastos operativos, algunos sistemas no los cobran a la mayoría de sus usuarios por cobrarlo sólo a una porción pequeña de los usuarios (efectivo, Chiemgauer) o no necesitan cobrar (algunos LETS están operacionales completamente online sin generar ningún costo en moneda oficial y Calgary Dollar está subvencionado por una fundación local). Los sistemas con representantes físicos (efectivo, cheques, letras de cambio, tarjetas de crédito / débito, Chiemgauer, Calgary Dollar y Créditos) corren el riesgo de pérdida o robo, requiriendo más cuidado a sus portadores. Por último, la acumulación de circulantes / saldo positivo en algunas MSCs plantea otro problema y es imprescindible que cada usuario busque su propia forma para no atesorarlos.

Sheth y Uslay (2007) destacan distintos papeles que pueden jugar tanto los clientes como los proveedores. Cuando un médico le prescribe una medicina al paciente, aquél es el "selector", el paciente es "usuario" y la aseguradora es "pagadora".

Este paradigma de la separación entre el consumidor, usuario y pagador es una noción que abre el horizonte para explicar la multiplicidad de la utilidad de MSCs. Por ejemplo, en el modelo Chiemgauer, el "selector" es el consumidor pues elige un proyecto social, el "beneficiario" es el proyecto social que recibe el 3% del consumo como donación y el "pagador" es el comercio local que reembolsa esta moneda regional en euro. Asimismo, en el modelo de SOL-Violette, el "selector" es la asociación CLAS, el "beneficiario" son aquellos desempleados que reciben 30 soles por mes y el "pagador" es el Ayuntamiento

de Toulouse. Valdría la pena estudiar estos modelos para dibujar un esquema de MSCs que satisfaga el interés de todos los *stakeholders*.

El tema de los patrocinadores (principalmente el sector público y fundaciones) es importante para algunas iniciativas de MSC que desean contar con este apoyo y requiere otra estrategia apropiada para convencerles a ofrecer fondos en moneda oficial para la puesta en marcha y/o el mantenimiento de este medio de intercambio. Aquí no se aplica la separación entre el selector y el financiador, mencionado por Sheth y Uslay (2007), ya que estos patrocinadores ofrecen dinero de curso legal sólo para satisfacer sus propias metas.

Este hecho presenta de vez en cuando complicaciones, puesto que los objetivos de la propia iniciativa de MSC pueden diferir de los de los patrocinadores. Clohesy (2003) advierte el riesgo de que su interés acabe transformando la propia misión de las entidades sin ánimo de lucro, aunque destaca la importancia de escuchar a los posibles donantes. Si bien las MSCs suelen tener una visión holística que incluye temas ecológicos, económicos y sociales, entre otros, tanto el sector público (ayuntamientos, gobiernos regionales y nacionales) como las fundaciones persiguen sus propias metas más específicas y enfocadas en algunos campos y comienzan por examinar meticulosamente si lo que pretende una MSC es congruente con sus propias intenciones. Las MSCs han de enterarse perfectamente de éstas para demostrar a los patrocinadores que este medio de intercambio aporta valores que les interesan y hacer que acepten esta multiplicidad de objetivos perseguidos.

La satisfacción del cliente es otro elemento clave a tener en cuenta al elaborar una serie de estrategias dedicadas al marketing. Anderson et al. (1994) demuestran que *las empresas que de hecho logran alta satisfacción de clientes también disfrutan retornos económicos superiores*, que representa US\$ 7,48 millones de valor neto, o sea 11,5% del ingreso neto para típicas empresas suecas. A pesar de que las entidades de MSCs no buscan maximizar su lucro, este aumento de ingreso puede ser redistribuido a los propios usuarios, estimulando aún más a realizar transacciones en este medio de intercambio. Es, además, importante prestar atención al hecho de que esta satisfacción afecta compras futuras y no las actuales, haciendo imprescindible ver sus efectos a medio o largo plazo y sugiriendo que se consideren esfuerzos para tal fin no como gasto sino inversión (ibid).

Boulding et al. (1993) definen la satisfacción del cliente como *una comparación entre expectativas y percepciones de los diferentes componentes de servicio* y por lo tanto es algo relativo, o sea, *cuánto más altas son las expectativas, menos calidad percibe el cliente*. Este proceso consiste en tres etapas que se demuestran a continuación (ibid.):

en la promoción de MSCs

- (1) El proceso por el cual los clientes forman y actualizan sus expectativas
- (2) El proceso por el cual los clientes desarrollan percepciones de la calidad de aspectos específicos del sistema de la entrega de servicio y también evaluación genérica de la calidad del servicio de la empresa
- (3) La relación entre percepciones de calidad de servicios en general y comportamientos intentados.

Se estudiarán las primeras dos etapas a continuación debido a su relevancia y se aplicará este proceso en la evaluación de monedas sociales: los usuarios forman sus propias expectativas no sólo a partir de la publicidad realizada por la propia entidad gestora de MSC sino también de sus propias interpretaciones de dicha publicidad, muy a menudo a favor de los mismos, rumores, evaluaciones por expertos etc. El equipo de marketing necesita considerar estos otros elementos externos que están fuera del su propio control al elaborar estrategias de marketing. Además, es importante no exagerar las ventajas que puede aportar la iniciativa y también desmentir fantasías ilusorias para que no tengan expectativas demasiado altas. Para este fin servirá cuantificar los efectos socioeconómicos esperados.

La percepción de la calidad es más complicada, sobre todo en términos de las MSCs, ya que sus experiencias de usar este medio de intercambio no están directamente relacionadas con la entidad gestora. Tanto la compra como la venta en MSC se producen cuando dos socios se ponen de acuerdo en aceptarla sin que la entidad gestora pueda intervenir en este proceso, y lo que pueden hacer las entidades gestoras a este respecto se limita a incentivar su uso. Sin embargo, hay espacios mejorables por el propio sistema, tales como su página web (pago online, directorio de ofertas y demandas, función de red social...), cambio del valor de billetes de acuerdo con la necesidad de sus usuarios y oferta de productos financieros más adecuados a la necesidad de sus clientes, entre otros. Por lo tanto, es importante hacer esfuerzos en dos campos: 1) estimular el uso de MSCs y 2) detectar lo mejorable de su oferta y hacer mejoras posibles.

6.1.4. Orientación del Mercado (OM) y evaluación del impacto de MSCs

Otro elemento que se ha de tener en cuenta en el diseño de la estrategia del marketing es la Orientación del Mercado (OM), definida como *adopción de una actitud sensible hacia las necesidades y expectativas reales y latentes de sus beneficiarios y de sus donantes* (Vázquez et al., 2002) para que las comunicaciones y las ofertas sean adecuadas a las circunstancias en las que se desarrollan las actividades del mismo. Existen dos corrientes que señalan formas apropiadas de ponerla en marcha.

Por una parte, existe una corriente que se centra en la organización de la institución. Kohli y Jaworski (1990) señala tres conceptos claves para este proceso: *generación de*

inteligencia (no se limita al estudio de las necesidades enunciadas de los clientes sino se extiende también al *análisis de factores exógenos que influyen en aquellas necesidades y preferencias* tanto en el presente como en el futuro), *diseminación de inteligencia* (compartir el resultado de esta investigación con otros departamentos de la entidad para que, por ejemplo, se desarrollen nuevos productos en armonía con la demanda del mercado) y *responsividad* (la respuesta a las necesidades del mercado, o sea el conjunto de acciones tomadas con el fin de atender lo mejor posible a éstas).

Jaworski y Kohli (1993) mencionan "antecedentes" que afectan esta OM, clasificándolos en las siguientes tres categorías: *alta dirección* (necesidad de que los gerentes destaquen la importancia de esta OM y el grado de su disposición a aceptar riesgos), *dinamismos interdepartamentales* (los conflictos entre distintos departamentos disminuyen su sinergia mientras que las interconexiones entre miembros de los mismos la facilitan) y *sistemas organizacionales* (*formalización, centralización, departamentalización y sistemas de remuneración*). La última categoría requiere más explicaciones, ya que está compuesta por sistemas de remuneración (aumentar salarios a aquellos que contribuyen más al ejercicio de la empresa) y tres variables estructurales (*formalización = grado a que las reglas definen papeles, relaciones de autoridad, comunicaciones, normas y sanciones, y procedimientos, centralización = el inverso de la cantidad de delegación de autoridad de toma de decisión a lo largo de una organización y el grado de participación por miembros organizacionales y departamentalización = número de departamentos en que las actividades organizacionales son segregadas y seccionadas*).

Los tres elementos de Kohli y Jaworski (1990) son fundamentales para que las MSCs penetren en la vida económica del máximo número posible de usuarios. El primero *generación de inteligencia* es un estudio no sólo de factores internos de los propios usuarios sino también los externos (los altibajos de la economía oficial, situación de la economía local donde funciona cada MSC, políticas públicas en relación etc.) para evaluar la (potencial) necesidad de un nuevo medio de intercambio. El segundo *diseminación de inteligencia* se refiere a la transmisión de todos estos hallazgos con el fin de que los cambios en las necesidades sean reflejados en el diseño de la MSC (ejemplo: desarrollo de una página web para ayudar a las PyMES socias a encontrar proveedores que aceptan la misma MSC). Y la *responsividad* significa la disposición de la misma entidad gestora de la MSC a tomar acciones necesarias para que todas sus actividades de marketing y también las del (re)diseño de la MSC estén sintonizadas con las demandas cambiantes de sus propios usuarios (ejemplo: desarrollo de aplicación para *smartphones* para un número significativo, si no la mayoría, de los usuarios individuales con el fin de facilitar las transacciones).

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

Quarter et al. (2001) presentan un horizonte relevante por clasificar las entidades de economía social en dos categorías: una que agrupa a aquellas económicamente dependientes de donaciones externas y otra a las que pertenecen las entidades de ayuda mutua que incluyen también las cooperativas. En la primera categoría suele haber un sistema de gobernanza menos abierta y el gobierno tiende a jugar un papel importante en su promoción mientras que la porción de su ingreso que viene del mercado es relativamente poca, si no es nula. Por otra parte, en la segunda se subrayan los procesos democráticos en la toma de decisiones y la independencia respecto del sector público, aunque existen excepciones, y los costos suelen ser cubiertos por la membresía, donaciones y otras contribuciones por sus propios socios.

Los antecedentes de Jaworski y Kohli (1993) deben ser analizados meticulosamente, sobre todo desde el punto de vista de la congruencia entre estos elementos y los principios de la ESS. Si bien ambos aspectos de *alta dirección* pueden ser implementadas sin depender de iniciativas desde arriba hacia abajo (se puede compartir la importancia de la OM en todos los segmentos de la organización y llegar al acuerdo de permitir ciertos riesgos), obviamente la *centralización* no es compatible con el principio democrático para la segunda categoría de la ESS, necesitando crear mecanismos para que los procesos democráticos de la toma de decisión no reduzcan la eficacia de la centralización. También es necesario hacer esfuerzos para que haya consenso entre la igualdad salarial y *sistemas de remuneración* propuestos. Aparentemente funcionan los *dinamismos interdepartamentales*, la *formalización* y la *departamentalización* en armonía con los principios de economía social y solidaria. En cuanto a Quarter et al. (2001), algunos bancos del tiempo y las iniciativas japonesas promovidas por el Ministerio de Asuntos Interiores y Comunicación (Hirota, 2011) tienden a depender de donaciones externas y prefieren una estructura de gobernanza que no persigue necesariamente los principios democráticos, pero la gran mayoría de MSCs prefieren otro sistema basado en autogestión y los socios suelen asumir el costo operativo con tal de que están suficientemente motivados para llevar a cabo este medio de intercambio.

La otra corriente, por otra parte, se extiende hacia afuera, tratando de influenciar el pensamiento y el comportamiento de actores externos. Narver y Slater (1990) se refiere a tres tipos de OM externa, es decir: *orientación de los consumidores* (*comprensión suficiente de sus compradores objetivos*), *orientación de los competidores* (*comprensión de las fortalezas y debilidades a corto plazo y también de capacidades y estrategias a largo plazo de sus competidores existentes y también potenciales*) y *coordinación interfuncional* (*utilización coordinada de recursos de la empresa al crear valor superior para consumidores objetivos*). Sutton et al. (1995) profundizan esta serie de actividades en nombre del Proceso de Comunicación basada en los Consumidores que sigue los siguientes seis pasos: 1) conocer la clientela, 2) pronosticar la reacción de la clientela, 3) determinar qué

remuneración / ventaja promete el mensaje a los consumidores, 4) determinar la manera de hacer creíble la promesa, 5) elegir el mejor medio de comunicación para hablar con los consumidores y 6) formular la imagen más adecuada para los consumidores. Shoham et al. (2006) constata que la misma aproximación es válida para el sector de organizaciones sin ánimo de lucro, a pesar de que ciertas modificaciones (quitar *orientación de los competidores* en ámbitos carentes de los mismos, agregar la orientación de donantes y voluntarios, creación de nuevos criterios más apropiados para medir el ejercicio de la propia organización) son necesarias.

No hay ninguna duda de que la comprensión de los clientes objetivos y de los competidores (moneda oficial y sus variantes en caso de MSCs) es fundamental para captar los usuarios. Es preciso entender perfectamente todas las circunstancias para poder fijar el DAFO de su propia MSC (véase 5.3) y proponer valores a los usuarios, de ser posible por modificar el propio mecanismo de la MSC.

Place y Bindewald (2015) presentan la necesidad y la relevancia de establecer indicadores para evaluar el impacto de MSCs, explicando que estos elementos sirven sobre todo para convencer financiadores del proyecto, típicamente fundaciones y el sector público, y justificar que se gastaron las donaciones y/o los subsidios no solamente para fundar y mantener la infraestructura de este medio de intercambio sino también para generar impactos socioeconómicos positivos, mientras que reconocen también otra necesidad de ser *suficientemente flexible para reflejar las especificidades de la iniciativa*. Vemos, a continuación, las cuatro razones para emplear esta serie de criterios:

- **Viabilidad interna:** mejorar implementaciones del proyecto en cuanto a los aspectos operacionales, estructurales y organizacionales
- **Eficiencia interna:** mejorar la aceptación de los consumidores y reducir costos generales y los de transacción
- **Viabilidad externa:** atraer patrocinadores y apoyos y fortalecer el reconocimiento
- **Credibilidad externa:** comprobar el impacto y la eficiencia a las organizaciones internacionales y el sector público

New Economics Foundation (2014) ofrece fundamentos más sólidos sobre la elaboración de los indicadores específicos. Empieza por explicar las seis etapas (Determinar objetivos > Aclarar consecuencias > Definir indicadores > Recoger datos > Evaluar el impacto > Presentar hallazgos) y hace hincapié en medir consecuencias a partir de "qué", "cómo", "cuándo" y "quién" (Tabla 16) pero deja que cada MSC defina sus propios indicadores a partir de sus objetivos que quiere alcanzar.

Tabla 16: Etapas de medir consecuencias

	Básico	Avanzado
Qué	Consecuencias, principalmente	Usar una serie de indicadores que miden el progreso hacia consecuencias a largo plazo. Mezcla de indicadores subjetivos y objetivos.
Cómo	Un cuestionario muy básico	Recogida de datos consecuenciales incrustada en la forma de que se realiza el proyecto y en cualquier nuevo proyecto que se inicia. Colaboración con terceros independientes (ej.: universidad) que pueden verificar los hallazgos.
Cuándo	Datos consecuenciales recogidos en diferentes momentos	Consecuencias recogidas antes, después y en etapas regulares en participación, incluso un grupo de comparación que no participa.
Quién	Consecuencias recogidas para una muestra arbitraria de usuarios autoseleccionados	Consecuencias recogidas a partir de una muestra representativa de grupos de usuarios y otros <i>stakeholders</i> . Consecuencias recogidas contra un grupo de comparación.

Fuente: New Economics Foundation (2014)

No hay ninguna duda de que los mejores resultados contribuyen a la operación duradera de MSCs. North (2010a) enumera las siguientes condiciones como clave para la sostenibilidad a largo plazo de MSCs:

- Existencia de al menos un activista clave y comprometido
- Sistemas robustos de gestión
- Existencia del sector público local o de una entidad de voluntarios que ofrecen ayuda financiera o recursos humanos
- Existencia de los "mecanismos que construyen compromisos"
- Una red amplia de personas afines

Además, Rogers (2011) enumera factores críticos para el éxito de MSCs:

- Selección del diseño de moneda apropiado para las condiciones locales y los objetivos

- Mecanismos de recuperar el costo para asegurar la sostenibilidad del propio sistema
- Estructuras de gobernanza y procesos de la toma de decisión y resolución de conflictos
- Estructuras de gestión y procesos para la eficacia día a día
- Marketing y relaciones públicas
- Educación y entrenamiento

En cuanto al segundo punto (mecanismos de recuperar el costo), Schroeder (2015) explica que consiste principalmente en los costos de mantenimiento, tales como equipamiento de ordenadores, alquiler de oficinas y salas de reunión, contrato de expertos externos, y sobre todo salarios de personales dedicados a las administraciones. Si bien el interés creciente del sector público en MSCs es una oportunidad desde el punto de vista de DAFO, es también imprescindible tener en cuenta el hecho de que el subsidio está muy condicionado y muy pocas veces es duradero.

6.2. Marketing relacional

El marketing relacional está definido como *establecer, mantener y realizar las relaciones con los clientes y otros socios o partes del intercambio, en un beneficio, de forma que los objetivos de las partes sean satisfechos. Esto se logra a través de un intercambio mutuo y el cumplimiento de promesas* (Grönroos, 1994) y sus objetivos están determinados como *Definir la empresa como negocio de servicios, Gestionar la empresa desde una perspectiva de la gestión de proceso y Desarrollar partnerships y redes* (Grönroos, 1996).

Reichheld y Sasser (1990) señalan como ventaja del marketing relacional la relación duradera entre empresas y sus clientes, constatando de que el costo inicial (publicidad, campañas y promociones para bajar la membresía para el primer año, entre otros), necesario para captar nuevos clientes, se compensa con las facturaciones crecientes de los más leales.

Morgan y Hunt (1994) demuestran una característica del marketing relacional de que ser un buen cooperante es la clave para ser competidor eficaz y mencionan el compromiso y la confianza como elementos claves para este fin, porque son para *comportamientos cooperativos que son conducentes al éxito del marketing relacional*.

No hay ninguna duda de que las MSCs son una herramienta para el marketing relacional entre los socios. Este sistema de intercambio genera activos o pasivos a todos los usuarios, lo que significa que aquellos con pasivos (saldo negativo o préstamos) se

en la promoción de MSCs

comprometen a cancelarlos al ofrecer sus bienes y/o servicios a otros socios mientras que aquellos con activos (saldo positivo o billetes, entre otros) se ven obligados a liquidarlos al comprar lo que producen otros socios. Este mismo esquema vincula a todos los miembros de una MSC a seguir comprando y vendiendo con otros = manteniendo relaciones con ellos, al menos hasta que el balance vuelva a ser cero para poder darse de baja del sistema.

Se destaca también el aumento del uso de este medio de intercambio por los socios a medida que se conozcan más socios en el sistema. Los nuevos usuarios de las MSCs tienen incentivos a buscar clientes y/o proveedores que estén en el mismo circuito de compraventa, costándoles dinero y tiempo para acostumbrarse a este nuevo entorno, pero las relaciones cada vez más fortalecidas entre los socios facilitan la realización de transacciones.

Pero también es relevante considerar la relación entre los usuarios y las entidades gestoras de MSCs, o sea los esfuerzos para que los usuarios prefieran seguir realizando transacciones en dicha MSC y/o establecer nuevas relaciones comerciales con otros usuarios. En este caso hay dos factores a estudiar, o sea (1) si los usuarios prefieren otros socios de la misma MSC para comprar y vender productos y/o servicios y (2) en caso afirmativo, si prefieren esta MSC como medio para realizar estas transacciones. El primero exige el fomento de confianza y cohesión social entre los socios mientras que el segundo pide que la MSC sea más competitiva que otros medios plausibles de intercambio. En consecuencia, se hace necesario que el marketing tenga en cuenta ambas reivindicaciones.

Nacen así los puntos que ofrecen diferentes empresas a sus clientes para que vuelvan a consumir en el mismo establecimiento y a veces con otros privilegios. Los programas de millas de aerolíneas son uno de los ejemplos más relevantes, ya que es casi nulo el costo adicional cuando una aerolínea le otorga un pasaje gratuito a un cliente frecuente. El primer programa es AAdvantage de American Airlines que nació en 1981 y hoy en día prácticamente todas las principales aerolíneas del mundo tienen su propio programa. La formación y la consolidación de las tres alianzas (Star Alliance⁹⁵, One World⁹⁶ y Skyteam⁹⁷) y la asociación con otras aerolíneas y otros servicios permiten que los socios de un programa de aerolínea obtengan millas al volar en otra aerolínea, al hospedarse en hoteles asociados y/o al pagar con tarjetas de crédito asociadas, entre

⁹⁵ <http://www.staralliance.com/>

⁹⁶ <http://www.oneworld.com/>

⁹⁷ <http://www.skyteam.com/>

otros. La revista *The Economist* estima que a finales de 2007 hay unos 17 billones de millas cuyo valor corresponde a unos 480.000 millones de dólares (Dekay et al., 2009).

Casi todos los programas de millas ofrecen tratamientos privilegiados a aquellos pasajeros que viajan frecuentemente y/o viajan larga distancia, a los que les conceden el status de *élite*. Estas ventajas son *muy dependientes de la autopercepción de los pasajeros de ser no sólo especiales y únicos... sino también de ser seleccionados o elegidos* (Thurlow y Jaworski, 2006), asociando este status con *hombres de negocios jóvenes o de edad media, con carreras exitosas, riqueza, salud excelente* (ibid). Dicho de otro modo, las aerolíneas han logrado hacer que los viajeros frecuentes deseen este status, identificado como tratamiento privilegiado y superior que se ofrece exclusivamente a la clase *élite* y simbolizado con nombres de objetos preciosos tales como oro y/o joya o de monarquía (tales como "Royalty" (Realeza) y "Crown" (Corona)), concluyendo que estos programas funcionan entre otros para regenerar *un orden social tradicional en los nuevos ámbitos de la vida*, reproduciendo el mismo clasismo de las épocas anteriores en el contexto moderno.

Si bien estas campañas que provocan una actitud clasista a los consumidores pueden ser controvertidas al ser implementadas dentro del marco de la promoción de un proyecto de ESS, hay factores que podrán aplicarse al uso de MSCs. La apreciación de aquellos clientes que frecuentemente usan este medio de intercambio puede expresarse, por ejemplo, a través de la reducción de las tasas o la obtención de puntos especiales, entre otros, aunque con otras denominaciones más adecuadas en el contexto de ESS para fomentar el compañerismo, la cooperación y la solidaridad en vez del clasismo, la superioridad y el consumismo irresponsable. O sea, es importante elogiar a los usuarios frecuentes no como "élite" sino "contribuidores" para resaltar su dedicación al estímulo de este medio de intercambio.

Chin (2002) señala otro tema a considerar: aunque los programas de millas sirven para captar pasajeros, es imprescindible mejorar otros aspectos para optimizar sus efectos. Vamos a ver a qué corresponde cada elemento arriba aplicado en el contexto de MSCs:

- **Conveniencia del horario del vuelo:** Conveniencia de conseguir la MSC y del medio de soporte (billetes, pago online, tarjetas inteligentes, teléfono móvil...). La primera significa la accesibilidad al crédito en MSC y al valor máximo del saldo negativo, entre otros mientras que la segunda se refiere a la facilidad de uso de tales medios.
- **Puntualidad:** rapidez en el procesamiento de transacciones, o sea el tiempo requerido para completar la transacción en MSC.

en la promoción de MSCs

- **Precio bajo:** costo de transacción en MSC, especialmente en comparación con pagos en efectivo, tarjetas de crédito, cheques y/o transferencia bancaria.
- **Servicios generales por los azafatos:** calidad de la atención a los clientes y otros servicios adicionales (ferias en MSC, cursos y capacitaciones para socios, red social...)
- **Cuota del mercado en la ciudad donde vive cada cliente:** número de socios individuales y/o establecimientos que aceptan esta MSC
- **Duración y distancia de los vuelos:** grado de complicidad en manejar este medio de intercambio
- **Características de cada programa:** características de cada MSC

Lo importante en esta sección es que las MSCs necesitan ser competitivas también en otros aspectos para que más transacciones sean hechas en dicho medio de intercambio. No vale la pena recomendar a una persona a usar esta MSC, por ejemplo, en una ciudad donde no hay ningún socio del mismo sistema y una MSC tendrá dificultad en conseguir socios si su página web es poco introductoria y/o muy compleja para los principiantes. También el alto costo de transacción desincentivará a los usuarios y la falta de mecanismos para animar transacciones reducirán las actividades económicas realizadas en la misma MSC. De ahí que se requiere diseñar MSCs y también dedicarse a la captación de los usuarios para seguir mejorándola desde el punto de vista de la competitividad.

Ravald y Grönroos (1996) se refieren al riesgo de que la adición incesante de valores agregados pueda aumentar el precio que pagan los clientes, resultando lo mismo para los clientes entre el costo elevado a pagar y el servicio mejorado a recibir. Añaden los elementos de "episodio" y "relaciones" además del valor percibido a la proporción entre el sacrificio y el beneficio y proponen las siguientes alternativas para mejorar la calidad del producto:

- **Aumentar beneficios:** entrega al domicilio, programas de capacitación, garantías y servicios postventa.
- **Reducir sacrificios:** es fundamental comprender todo el sacrificio que pagan los clientes, analizar cada elemento y ver si hay posibilidades de aliviárselo. Evidentemente esta reducción de sacrificios no significa sólo bajar precios que se cobra a los consumidores, sino también reducir / eliminar otros costos (ejemplo: reemplazar el envío de facturas del correo postal al electrónico, adoptar innovaciones tecnológicas que permite realizar el mismo nivel de servicio a costo más bajo y cambiar el sistema para que las operaciones sean más fáciles).

Las MSCs pueden mejorar esta proporción de diferentes maneras, por ejemplo:

- **Para aumentar beneficios:** estimular transacciones en MSC (ejemplo: organización de ferias en MSC, ofrecer la red social entre socios de la MSC para que se conozcan entre sí)
- **Para reducir sacrificios:** reducción de tasas de transacción, de interés y/u otros costos que cobran a sus usuarios (posible a medida que la iniciativa consiga una economía de escala), simplificar la operación de pago on-line, adoptar la forma más fácil para los usuarios, ofrecer lectores más baratos...

6.3. Marketing de causa social

El marketing de causa social (*cause-related marketing* en inglés), definido como *una actividad comercial por la cual la empresa y las caridades o las causas forman un consorcio recíproco para marketear una imagen, producto o servicio para la ventaja mutua* (Business in the Community, 2004), es otra herramienta de marketing mercantil que combina la oferta de bienes y servicios con actividades en pro de la sociedad y/o el medio ambiente. Varadarajan y Menon (1988) señalan que el marketing de causa social como *una manifestación de coordinación de la filantropía corporativa y el interés comercial iluminado*, que vincula este espíritu generoso con la maximización del lucro.

El caso más conocido del marketing de causa social es la campaña realizada entre octubre y diciembre de 1983 por American Express para promover el uso de las tarjetas de crédito de su propia marca: anunció que donaría, para la restauración de la Estatua de la Libertad, un centavo de dólar cada vez que realizaba una transacción con esta tarjeta de crédito y también un dólar para cada nueva tarjeta emitida en Estados Unidos. Como resultado consiguió donar 1.7 millones de dólares para este símbolo neoyorkino, además del 28% del aumento en el uso de las tarjetas de crédito. No obstante, se podría ver esta campaña como fracaso desde el punto de vista de la eficacia, ya que dicha empresa gastó 6 millones de dólares en la publicidad (Varadarajan y Menon, 1988). Sería mucho más eficaz donar directamente este costo para esta obra, pero no hay duda de que este proveedor del servicio aumentó considerablemente su facturación gracias a la campaña, compensando estos costos que podrían considerarse como inversión para incrementar su rentabilidad. De hecho, los consumidores demuestran una actitud muy favorable al marketing de causa social: Barone et al. (2000) demuestran que el 84% (37 / 44) de los consumidores prefieren una marca con esta característica en caso de homogeneidad entre marcas (si no hay ninguna diferencia sustancial entre marcas competidoras).

Las MSCs también pueden aprovechar este concepto para aumentar su propio uso por los socios, aunque sólo pocas iniciativas han llegado a esta altura. Chiemgauer es el esquema más avanzado y mejor diseñado a este respecto, ya que permite que los

en la promoción de MSCs

consumidores donen el 3% de su gasto a un proyecto social al dar de alta a esta MSC, atrayendo a aquellos consumidores conscientes de las problemáticas de la zona al ofrecerles la posibilidad de aportar al proyecto una cantidad significativa que sin este esquema no podrían brindar. Aunque no es la propia entidad gestora de la MSC sino los comercios locales que pagan este costo al reconvertir este medio regional de intercambio en euro, este programa ha conseguido incorporar el concepto del marketing de causa social para generar un valor agregado.

Otra iniciativa que ha demostrado la potencial del marketing de causa social es SOL-Violette por aprovechar el fondo depositado. Todos los soles puestos en circulación están respaldados con euro en las cuentas de dos entidades financieras con el fin de ofrecer en microcréditos y/u otros créditos a aquellos proyectos que necesita la comunidad local. De este modo, la conversión de euro en SOL-Violette supone el aumento del fondo disponible para la reinversión comunitaria. Sin embargo, la cantidad de dicha MSC en circulación es pequeña y haría falta desarrollar y añadir nuevos esquemas similares para asegurar que más depósitos sean destinados a las inversiones territoriales.

No se puede olvidar que la Turuta, por su propia índole, también funciona de modo similar: la creación monetaria basada en la donación de los socios a los proyectos comunitarios y la aceptación de esta MSC por establecimientos locales implica el compromiso de estos comercios a impulsar actividades comunitarias. Aunque el "costo" de la contribución no es la donación (como son los casos de American Express o Chiemgauer) hecha por cada gestor sino el compromiso de los propios participantes, este esquema apoya indirectamente la financiación de los proyectos comunitarios.

6.4. Marketing social

6.4.1. Definición y evolución del marketing social

El marketing social es la aplicación de las metodologías desarrolladas del marketing comercial a partir de la década 1950 para impulsar campañas sociales, cuyo espíritu se resume en la famosa frase de *¿Por qué no se puede vender solidaridad como jabón?* (Wiebe, 1952) y en la década 1960 el mundo académico inició la aplicación de prácticas ya establecidas del marketing convencional (Kotler, 2005). Kotler y Levy (1969) argumentan que el marketing *va considerablemente más allá de la venta de pastas de diente, jabones, y acero*, comparando la causa social al *producto* que promueven empresas mercantiles y demostrando similitudes en su proyecto de hacer que más personas lo acepten. Hoy en día hasta las religiones aplican las técnicas de marketing, pese a que no quieren pronunciar esta palabra de origen mercantil, para conseguir más adeptos (Kotler, 2005).

Inicialmente se definía el marketing social como *el diseño, implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas de interés social, implicando consideraciones respecto a la planificación de producto, precio, comunicación y distribución* (Kotler y Zaltman, 1971), aunque este mismo concepto ha sido modificado a lo largo del tiempo como veremos más abajo. La evolución del marketing social ha contribuido también a la modificación de la propia definición del marketing que incorpora cada vez más elementos propios del marketing social. Si bien la definición de 1960 trataba meramente de actividades comerciales, la de 1985 y las posteriores tienen en cuenta el marketing social, simbolizado por palabras como *ideas, objetivos de la organización y valor* respectivamente (véase 6.1.1).

Es fundamental prestar atención para evitar la confusión entre marketing de causa social y marketing social, dos conceptos que suenan similares, pero indudablemente distintos. Mientras que se realiza el primero por vincular la promoción de productos y/o servicios de empresas mercantiles etc. con una campaña social y/o ambiental, por ejemplo donación del 1% del precio del producto para la reforestación o para niños que padecen del cáncer), el marketing social se refiere a la propia campaña de que los receptores de la causa adopten, por ejemplo dejar de fumar, usar condones al tener relaciones sexuales para evitar el contagio de HIV, reciclar ciertos productos y apoyar el matrimonio homosexual, entre otros. Dicho de otro modo, el marketing de causa social es una clase de marketing mercantil a la que no pertenece el marketing social.

Andreasen (1995) presenta los siete elementos del marketing social, a los que se añade la interpretación y aplicación en el ámbito de las MSCs:

- 1) **El comportamiento del consumidor es el resultado final:** el resultado final es el aumento de sus usuarios y también de las facturaciones en este medio de intercambio.
- 2) **Los programas deben ser rentables:** al menos los proyectos de MSCs necesitan cubrir su propio costo operativo para poder ser sostenibles.
- 3) **Todas las estrategias comienzan con los consumidores:** es fundamental diseñar MSCs para ofrecer más beneficios socioeconómicos posibles a varios tipos de usuarios (consumidores finales, establecimientos locales, asociaciones, el sector público...)
- 4) **Las intervenciones incluyen las 4Ps (*Product, Price, Place y Promotion en inglés*):** hay que ofrecer el servicio de MSCs (Product) a precios (cuota de membresía, comisiones etc.) asequibles (Price), ofreciendo una forma fácil de usarlas, por ejemplo, billetes o páginas web sencillas para procesar transacciones online (Place), y utilizando medios apropiados de propaganda,

en la promoción de MSCs

tales como boca a boca, páginas web con efectos virales, folletos bien resumidos etc. (*Promotion*)

- 5) **La investigación del mercado es esencial para diseñar, probar y evaluar los programas de intervención:** es primordial empezar por estudiar si los potenciales usuarios están dispuestos a aceptar este nuevo medio de intercambio.
- 6) **Los mercados son meticulosamente segmentados:** es necesario perfilar detenidamente el público objetivo, teniendo en cuenta la diferencia de cada categoría (consumidores finales, establecimientos locales, asociaciones, el sector público...) al incluir más de una de éstas en esta iniciativa.
- 7) **Se reconoce siempre la competencia:** hay que tener en cuenta otras alternativas por las que podrá optar el público objetivo, aceptando así la "competencia" entre las opciones del comportamiento.

El tercer punto merece recibir más atención, ya que sirve para proyectar la dicotomía entre el marketing centrado en organización y el centrado en consumidor (ibid). La Tabla 17 demuestra ambas aproximaciones, resaltando sus diferencias:

Tabla 17: Comparación entre la aproximación centrada en organización y la aproximación centrada en consumidor

Tema	Centrada en organización	Centrada en consumidor
Se ve la misión de la organización como...	Inherentemente buena	Implementación del cambio de comportamiento por satisfacer las necesidades y la falta del mercado objetivo
Se consideran los consumidores como...	Problemas	Alguien con percepciones e inquietudes, y necesitado únicamente de que el <i>marketer</i> se adapte
Se ve el marketing como...	Comunicación	Más que comunicaciones
La investigación del marketing...	Tiene su papel limitado	Es vital
En cuanto a los consumidores...	Los trata como una masa	los agrupan en segmentos
En cuanto a la competencia...	Se ignora	Se reconoce en cualquier parte y sin cesar
Se eligen...	Personal en base al producto o de la capacidad comunicativa	<i>Marketers</i> en base a su conocimiento sobre los consumidores

Fuente: Andreasen (1995)

Se percibe que la segunda aproximación busca establecer relaciones horizontales con influencias bilaterales mientras que la primera pretende imponer unilateralmente su propio dogma al público sin considerar sus propias características. Este esquema muestra varios puntos comunes con la educación bancaria y la educación dialógica de Freire (1970), lo que se presenta más detalladamente en 6.4.2.

Andreasen (2006) presenta las ocho etapas del cambio social que se enumeran a continuación, seguido por observaciones en la aplicación en el contexto de la puesta en marcha de MSCs:

en la promoción de MSCs

- **Ignorar el problema:** pese a que muchas comunidades son ya conscientes de sus problemáticas económicas, nadie se da cuenta de la propia estructura del sistema monetario que las empobrece para concentrar la riqueza en pocas manos en centros financieros.
- **Descubrir el problema:** algunas personas detectan esta problemática pero la gran mayoría sigue sin conocerla.
- **Plantear la agenda:** se inician campañas sociales para advertir a la gente común sobre la problemática en torno al sistema monetario.
- **Perfilar las opciones:** después de compartir estas problemáticas como punto de partida, empieza la etapa de proponer la implementación de una MSC para la comunidad como alternativa viable a nivel local. Se presentarán diferentes modelos de MSC para que haya debates para estudiarlos.
- **Elegir cursos de acción:** se realizan debates para evaluar cada opción de MSC y para elegir la mejor desde el punto de vista de beneficio y costo, no sólo económico sino también social. También se diseñarán detalles de la MSC para configurarla lo mejor posible para el contexto local.
- **Lanzar intervenciones iniciales:** comienza el uso de la MSC arriba mencionada.
- **Reasesorar y redirigir esfuerzos:** después de la implementación, surge la necesidad de evaluar el resultado de la MSC y modificar algunas características en pro de sus propios usuarios.
- **Lograr éxitos, fracaso, o negligencia:** al cabo de unos años, se dará el resultado tangible de la MSC. A diferencia de otras campañas sociales, sin embargo, el éxito de la MSC no significa el fin de su necesidad, por lo tanto, se necesita seguir usando este medio de intercambio para mantener esta economía local / regional reactivada.

Además, Andreasen (2006) indica las siete premisas sobre la aproximación del marketing social que se presentarán a continuación, seguidas por el análisis de su implementación en el ámbito de la promoción de MSCs:

- **Todo el marketing social es sobre la influencia del comportamiento:** el objetivo del marketing de MSCs es cambiar el comportamiento de consumidores, establecimientos locales etc. a la hora de usar un nuevo medio de intercambio.
- **El marketing social trata estratégicamente de segmentos del público meticulosamente seleccionado:** a pesar de que cada MSC tiene su propio

público determinado (ej.: *prosumidores* para LETS, PyMEs para el Banco WIR e individuos para bancos del tiempo) o un conjunto de públicos de distinta índole (ej.: Chiemgauer está diseñado para el uso de consumidores, establecimientos y asociaciones), es fundamental definir precisamente los tipos de usuarios.

- **El marketing social comienza por comprender el público objetivo lo más profundamente posible:** la observación del público objetivo y el diálogo con él juega un papel primordial para alcanzar esta meta (véase 6.4.2).
- **El marketing social está dirigido por teorías claras sobre porqué los públicos objetivos pueden realizar y mantener el comportamiento deseado:** no se produce un comportamiento por azar sino como resultado de un motivo razonable. Es muy valioso detectar lo que determina cada comportamiento de los consumidores y poder explicarlo lógicamente.
- **El marketing social depende completamente del público objetivo para la orientación de lo que debe funcionar y, después, lo que está funcionando o no:** El monitoreo del público objetivo es fundamental, pero en el caso de MSCs es más fácil dada su propia naturaleza como socios del sistema. No se trata de hacer esfuerzos a un público ajeno de los *marketers* para que adopten una causa, sino de averiguar, a través de comunicaciones internas con los propios usuarios, si algo va bien o no.
- **El marketing social ofrece estrategias integrales de marketing para hacer que el comportamiento deseado sea divertido, fácil y popular:** es importante agregar elementos de ocio y diversión en el uso de las MSCs para darle el gusto a sus usuarios.
- **El marketing social sigue la máxima de *ready-fire-aim* (preparar, disparar y apuntar):** se necesita realizar varias modificaciones a lo largo de la implementación de MSCs, no sólo debido al diseño inicial inapropiado sino también a los cambios del entorno etc. Es por eso imprescindible seguir corrigiéndola.

Un campo en que esta estrategia ha ganado importancia en las últimas décadas es la salud pública donde el marketing. A continuación se muestra su definición (Lefebvre y Flora 1988):

Programas de promoción de salud que se desarrollado para satisfacer la necesidad de los consumidores, elaborados estratégicamente para llegar un público más amplio posible que tenga esta necesidad, y por lo tanto para fortalecer la capacidad de la organización a

en la promoción de MSCs

influenciar cambios en toda la población en términos de ciertos comportamientos de riesgo seleccionados.

Esta definición explica que el cambio del comportamiento social puede reducir la expansión de epidemias, sobre todo el HIV. Dearing et al. (1996) demuestran que ya entre 1993 y 1995, el 62% de las ONGs en el área de San Francisco, EE.UU. adoptaban esta metodología del marketing.

Otro fenómeno interesante es ver cómo se ha desarrollado el concepto del marketing social. Si bien su idea original era meramente aplicar la metodología del marketing mercantil para promover la venta de productos y/o servicios al ámbito de la causa social, o sea una aproximación unidireccional (del *marketer* al público), en los últimos años el marketing social ha venido haciendo hincapié en el diálogo con el público objetivo. Wallack (1994) explica la defensa mediática (*media advocacy* en inglés), una estrategia de aprovechar la influencia de los medios de comunicación para orientar la opinión pública y generar una corriente hacia la realización de la causa. Pfeiffer (2004) describe la experiencia en Mozambique donde una ONG logró difundir el uso de condones para la prevención del contagio del HIV al involucrar la iglesia local en el diálogo sobre el tema y conseguir que los pastores también apoyen esta práctica.

6.4.2. Similitud entre el marketing social y la educación popular

Existe un concepto que, a pesar de haber nacido en un contexto totalmente diferente que el del marketing social, señala varias características en común: se trata de educación popular, desarrollada en Brasil en base a la metodología desarrollada por el pedagogo Paulo Freire (1921 – 1997).

Freire (1970) parte de la premisa básica *Educación como Práctica de la Libertad*. Muy frecuentemente los oprimidos que lucharon contra sus opresores acaban tornándose ellos mismos en otros opresores porque *hospedan al opresor en sí*, proponiendo la necesidad de vincular su lucha con la restauración de la humanidad. Por otra parte, hay tantos oprimidos que temen la libertad, ya que ésta exigiría remplazar la sombra con autonomía y responsabilidad. La pedagogía del oprimido, por lo tanto, consiste en dos momentos: el de que *los oprimidos van descubriendo el mundo de la opresión y se van comprometiendo, en la praxis, con su transformación* y el posterior cuando ésta se convierte en *la pedagogía de los hombres en proceso de permanente liberación*.

La plataforma que ha mantenido esta dicotomía entre el opresor y los oprimidos se encuentra en el propio sistema educacional, denominada como *educación bancaria* y definida como *hablar de la realidad como algo estático, compartimentado y bien comportado, cuando no hablar o disertar sobre algo completamente ajeno a la experiencia*

existencial de los educandos. La Tabla 18 muestra esta dicotomía entre el educador y los educandos:

Tabla 18: Dicotomía entre el educador y los educandos⁹⁸

Educador	Educandos
Educa	Son educados
Sabe	No saben
Piensa	Están pensados
Dice la palabra	Escuchan las palabras dócilmente
Disciplina	Son disciplinados
Opta y prescribe la opción	Siguen la prescripción
Actúa	Tienen la ilusión de que actúan, en la actuación del educador
Elige el contenido programático	Se acomodan al contenido programático del educador sin ser oído
Identifica la autoridad del saber con su autoridad funcional y opone antagónicamente a la libertad de los educandos	Deben adaptarse a las determinaciones del educador
Sujeto del suceso	Meros objetos

Lo que propone Paulo Freire es una educación liberadora y problematizadora en la que el educador también aprende mientras que los educandos también enseñan, jugando un papel más proactivo con capacidad analítica y crítica de la situación. Para este proceso se considera el diálogo como *exigencia existencial* y comienza por el trabajo conjunto de definir el *contenido programático* en vez de imponerla a los educandos, porque hay que tener en cuenta sus inquietudes. Luego se dedican a decodificar esta situación para salir de la visión fatalista y el educador observa el estilo de vida de los educandos, no sólo cuando trabajan sino también durante el ocio, en el hogar, en las actividades deportivas etc., con el fin de debatir hallazgos con los educandos. Hace hincapié también en el equilibrio entre la acción y la reflexión, o sea la reflexión para la acción y viceversa, y compara la acción antidialógica (*conquista, dividir para mantener la opresión, manipulación e invasión cultural*) con la dialógica (*colaboración, unión, organización y síntesis cultural*), destacando la importancia de respetar la identidad cultural de los educandos.

⁹⁸ Fuente: Freire (1970)

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

Un hecho muy curioso es la similitud entre la aproximación centrada en la organización de Andreasen (1995) y la educación bancaria de Freire (1970). Ambos casos parten de la suposición errónea de que el *marketer* (el educador) es impecable / omnisciente, mientras que el público (los educandos) son considerados como problema / ignorantes. Ambas metodologías son vistas como mera comunicación, o sea, transmisión unilateral de informaciones desde el *marketer*-educador para el público-educandos sin que los emisores tengan en cuenta las inquietudes de los receptores. No es de sorprender que, como consecuencia, la aproximación centrada en consumidor (Andreasen, 1995) y la educación dialógica (Freire, 1970), propuestas como alternativas a las metodologías arriba mencionadas, también compartan varias características, tales como la consideración de la necesidad del público (educandos), la adaptación del *marketer* (educador) al deseo del público, interacciones bilaterales y apreciación de la diversidad en el público. Esta índole común resalta la importancia de que las metodologías del marketing social centrado en consumidor sean bien estudiadas e incorporadas, siempre y cuando sean oportunas, a las prácticas de la educación popular basadas en el diálogo.

De hecho, esta metodología freireana de empezar por cuestionar el *status quo* del sistema monetario ha sido adoptada por varios activistas y ha sido exitosa en algunos casos, sobre todo en relación con las campañas ejercidas por el colectivo británico Positive Money. La puesta en marcha de una MSC subnacional como respuesta al régimen actual opresor, no obstante, requiere la construcción de una estructura socioeconómica local o regional basada en la autosuficiencia en que participen distintos actores socioeconómicos, lo que resulta muy complicado, si no imposible, para un colectivo homogéneo. Dicho de otro modo, la implementación de una MSC requiere la transformación de la propia comunidad local / regional con el fin de sustituir productos y/o servicios importados con la producción interna. Emerge, por lo tanto, la importancia de tratar de toda la comunidad y no una parte de ella con el fin de presentar el uso de un medio de intercambio subnacional como solución, aunque sea parcial, a los "opresores." (Véase 6.4.3)

Uno de los campos en que se aplicó esta metodología de educación popular es la salud, sobre todo la lucha contra SIDA como hemos visto. Vasconcelos (2001) la define como sigue:

(E)l trabajo pedagógico del hombre y de los grupos involucrados en el proceso de participación popular, fomentando formas colectivas de aprendizaje e investigación de modo a promover el crecimiento de la capacidad de análisis crítico sobre la realidad y la perfección de las estrategias de lucha y enfrentamiento.

Albuquerque y Stotz (2004) aclaran que estas prácticas han logrado innovar la forma popular de pensar sobre la salud, entre otros en la *consolidación de un trabajo efectivamente capaz de incluir comunidades y usuarios en el proceso de cuidar y promover la salud*, y la comprensión de las problemáticas y de las circunstancias sociales ayuda a generar *una conciencia crítica* y a aprender a aprovechar este conocimiento *como instrumento de la lucha política*. Vasconcelos (2004) las evalúa positivamente, a causa de la interrelación entre diferentes personas y organizaciones que están *involucrados en un problema específico de salud, fortaleciendo y reorientando sus prácticas, saberes y luchas*.

La economía solidaria en Brasil también ha estado siempre en permanente contacto con la educación popular. Paulo Freire mismo dejó un comentario sobre esta nueva economía que *representa algo nuevo y esperanzador para el futuro de la educación popular de América Latina y para un nuevo orden económico mundial* (Gadotti, 2004). Ibid. (2009) resume definiciones de diferentes términos en relación a la economía solidaria *como un proyecto de sociedad que implica nuevos valores, acentuando el papel de la educación popular en su carácter participativo, discusivo, alternativo y alterativo* y destaca el carácter particular de la autogestión, elemento imprescindible en el contexto brasileño, de que sólo se puede enseñar a través de ejemplos, describiendo su proceso como *(n)o se trata sólo de ofrecer cursos. Se trata de construir valores, una cultura, juntos*. Novaes y Castro (2011) mencionan *la autogestión y el trabajo colectivo, la educación sociotécnica para la desmercantilización, las metodologías libertarias que unen teoría y práctica y la educación de luchadores para la construcción de una sociedad para más allá del capital* como requisitos de esta economía.

Las Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares son los espacios donde se ha puesto en marcha esta misma pedagogía para la creación de emprendimientos solidarios y se ofrecen distintos conocimientos necesarios (técnicas, uso de ordenadores, contabilidad, relaciones interpersonales...) para que los grupos autogestionados inicien sus actividades económicas (Culti, 2007). Es también *un proceso práctico educativo de organización y acompañamiento sistémico que valora el saber acumulado de las personas y del grupo con vistas a la inclusión social y económica, aumenta conocimientos básicos de trabajo cooperativo y técnicas específicas de producción y gestión administrativa y orienta para el mercado e inserción en cadenas productivas y/o planes y arreglos productivos locales etc.* (ibid.) para integrar el conocimiento popular con el académico. Tiriba (2007) va más allá, desafiando a la exigencia del mercado al declarar que *(l)a educación popular, ... tiene como uno de sus objetivos cuestionar la actual lógica excluyente del mercado y, como consecuencia, crear alternativas para ella*, proponiendo la creación de otros mercados caracterizados *relaciones de cooperación, de reciprocidad etc.*

Hemos de reconocer que la alteración de los mercados plantea una dificultad: dado que el principio de la división de trabajo es especializarse en la producción de ciertos bienes y/o servicios para satisfacer las demandas de los consumidores, la aplicación de la metodología de Paulo Freire en el mercado significa la necesidad de establecer diálogos entre productores y consumidores. Es imprescindible realizar esfuerzos considerables para hacer que la relación entre el productor y el consumidor sea parecida a la entre el educador y el educando, ya que en muchas ocasiones carecen de relaciones duraderas entre estos dos actores económicos (ejemplo: la relación entre el taxista y el viajero empieza cuando el viajero coge el vehículo en la calle y termina cuando llega al destino y el cliente paga al conductor. Es muy poco frecuente que el mismo viajero vuelva a utilizar este servicio de transporte ofrecido por la misma persona).

Hay casos, no obstante, que afecta las relaciones entre el productor y el consumidor en pro de la economía solidaria: un ejemplo es el Artículo 14 de la Ley de la Merienda Escolar en Brasil (Nº 11.947, del 16 de junio de 2009: Brasil, 2009) que obliga que al menos 30% del fondo para la alimentación escolar debe ser adquirida de la agricultura familiar, *priorizándose los asentamientos de la reforma agraria, las comunidades tradicionales indígenas y comunidades afrobrasileñas*. Esta ley garantiza la cuota del mercado para la agricultura familiar, uno de los componentes importantes de la economía solidaria en este país sudamericano.

Se puede hacer hincapié también a la práctica de Community-Supported Agriculture (CSA) o "Teikei"⁹⁹, una experiencia iniciada en la década 1960 en Japón como *fórmula para cadenas acotadas del abastecimiento de alimentos con el fin de transformar las prácticas del cultivo y también las relaciones entre los campesinos y los consumidores* (Parker, 2005). En la década 1980 se expandió en Estados Unidos esta práctica en que *los consumidores invierten en una operación del cultivo y reciben porciones del producto, en general semanalmente* (Galt, 2011), donde el compromiso de los consumidores en la huerta es suficiente para construir una relación más estrecha con los productores. En Francia este movimiento está denominado como AMAP (*Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*) con su red nacional¹⁰⁰ en que *los consumidores se abonan en una época completa y pagan la cosecha de antemano a un precio considerado como remunerador para el agricultor mientras que el campesino se compromete a ofrecer*

⁹⁹ "Teikei" (提携, "colaboración") es la abreviatura de "Sanchoku Teikei" (産直提携, "colaboración directa con el productor"). Esta palabra llegó a incorporarse en el vocabulario del idioma inglés entre los practicantes de la CSA y, mientras que en el idioma original se refiere a cualquier colaboración en general, comenzó a utilizarse en este contexto específico.

¹⁰⁰ <http://www.reseau-amap.org/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

productos periódicamente según los términos de un contrato firmado entre los consumidores y él (Mundler, 2007) Este proceso incluye la vida asociativa, pedagogía, información y transparencia sobre productos (ibid.).

Valdría la pena también resaltar que CSA / Teikei es un caso ejemplar de cocreación de valor y aplicar este mecanismo a las MSCs. Puesto que en CSA / Teikei los productores y los consumidores trabajan juntos para maximizar el valor para ambos (esta colaboración permite la producción de hortalizas que quieren los consumidores con valores agregados, aportando más lucro a los productores), se necesita establecer una relación parecida entre el gestor de las MSCs y sus usuarios. Ésta se concreta cuando ambas partes se contribuyen para tal fin.

La Tabla 12 da un indicio para aclarar cuáles son la clave para la cocreación de valores en caso de las MSCs: los gestores persiguen el máximo uso de este medio de intercambio mientras que los usuarios buscan la posibilidad de pagar en esta MSC para comprar productos y/o servicios que necesitan, el aumento de sus facturaciones y el acceso a créditos en mejores condiciones. De ahí que los usuarios de la MSC pueden colaborar al aceptar y gastarla lo más posible, además de atraer nuevos socios a este sistema de intercambio, mientras que el gestor puede ayudar a sus usuarios al descontar la cuota de membresía y/o comisiones etc. a medida que aumenten su uso. Es muy importante elaborar estrategias recíprocas que traigan una relación "win-win" en que ambas partes salgan ganando.

Es, además, posible considerar las prácticas del comercio justo como un ejemplo más de esta categoría. Este modelo de negocio ha tenido un gran éxito al conseguir captar la masa crítica suficiente de consumidores que han aceptado reconocer ciertos valores agregados a los productos elaborados en un proceso que fomenta el estilo de vida digna de los trabajadores y también cuida el medio ambiente. El 35% / 10% de los consumidores en Bélgica contestaron aceptar pagar el 10% / 27% más por el café de comercio justo (De Pelsmacker et al., 2006), constatando la evaluación positiva de los clientes en términos de la fijación del precio. No se puede tomar, sin embargo, este resultado al pie de la letra, ya que *sólo las actitudes son generalmente pobres vaticinadores del comportamiento del comprador* (Cobb-Walgren et al., 1995), planteando la necesidad de combinar estas percepciones de estos consumidores con sus propias acciones reales.

6.4.3. Cómo involucrar el público objetivo a la causa

Otro tema que merece la pena ser examinado es incluir no sólo individuos sino toda la comunidad a la causa. En contexto distinto, Maibach et al. (2007) demuestra que la salud pública está influenciada por *atributos de los habitantes en la comunidad, atributos de los entornos – o lugares- en que viven, trabajan, estudian, compran etc. los habitantes e Interacciones importantes entre los atributos de la gente y los de los lugares*. Siguiendo

en la promoción de MSCs

esta orientación, se estudiarán a continuación estos tres elementos más detenidamente, aplicándolos al contexto de la promoción de MSCs.

Por una parte, el primer elemento consiste en tres factores:

- a. **Factores del individuo [Cogniciones (conocimiento, creencia, autoeficacia), afectos, capacidades, motivación, intenciones, predisposiciones biológicas, demográfica]:** en caso de MSCs, apertura mental a las nuevas ideas en general, voluntad a participar en esta economía de ayuda mutua, capacidad económica para participar en las transacciones en MSC (como prosumidor o como consumidor que cambia moneda oficial en MSC), adaptabilidad a nuevas tecnologías en caso de monedas virtuales, etc.
- b. **Factores de redes sociales (tamaño y conectividad de la red personal, apoyo social y modelación por familia, compañeros, mentores, líderes de opinión):** en caso de MSCs, número de amigos que tiene cada individuo, nivel de la cobertura de apoyo a esta persona etc.
- c. **Factores de la comunidad (normas sociales, cultura, cohesión social, eficacia colectiva, capital social, disparidad de ingreso, racismo):** en caso de MSCs, cohesión de la comunidad, unión entre los vecinos, voluntad colectiva a impulsar una economía autosuficiente mediante este medio de intercambio, etc.

Por otra parte, el segundo elemento está compuesto por disponibilidad de productos y servicios, estructuras físicas, estructuras sociales (leyes y políticas públicas, ejecución), mensajes culturales y de medios, tanto a nivel de cercanía (casa, escuela, vecindad, ciudad etc.) como a niveles superiores (estado, región, país, mundo). En caso de MSCs, los productos y servicios se relacionan con la cantidad de usuarios y la variedad de productos y servicios asequibles en esta MSC y las estructuras físicas comprenden el soporte tecnológico (billetes en papel, cuenta virtual, tarjeta inteligente etc). Y, por último, el análisis de las estructuras sociales implica optimizar entre los esfuerzos para los atributos de los habitantes y los del entorno.

Walls et al. (2011) demuestra la eficacia de la aproximación comunitaria en la campaña contra la obesidad, lo que podrá funcionar en el ámbito de MSCs también. McKenzie-Mohr (2000) propone los siguientes cuatro pasos para realizar el marketing social basado en la comunidad (*community-based social marketing* en inglés):

- 1) **Descubrir barreras a los comportamientos y en base a esta información elegir cuál comportamiento se debe promover:** por ejemplo, si existe la desconfianza mutua entre los residentes de siempre y los inmigrantes, tratar de realizar algunos eventos enfocados en construir una relación armónica entre ellos.
- 2) **Diseñar un programa para superar las barreras al comportamiento elegido:** determinar detalles para realizar estos eventos para la armonización de la población local.
- 3) **Liderar el programa:** realizar estos eventos.
- 4) **Evaluarlo una vez que esté ampliamente implementado:** examinar impactos sociales de los eventos.

Piotrow et al. (1997) presenta las cinco etapas para que las personas incorporen estos nuevos valores y los promuevan a otras personas. Se aplicarán, a continuación, estas etapas en el contexto de las MSCs:

1. **Conocimiento (comprender el concepto y la metodología):** en términos de las MSCs, se trata de difundir informaciones y capacitar en casos necesarios para que el público objetivo se entere de este instrumento.
2. **Aprobación (debatir sobre el tema y llegar al acuerdo colectivo):** en caso de las MSCs, trabajar en una comunidad para que dé el visto bueno al arranque del proyecto. Este proceso es importante también para empezar a pedir el compromiso de la comunidad.
3. **Intención (probar esta metodología):** en caso de las MSCs, iniciar una prueba de la experiencia para ver resultados y configurar datos para mejorar. Ejemplo: uso de la MSC en una feria.
4. **Práctica (implementarla oficialmente):** en caso de las MSCs, poner en marcha el uso de la MSC de forma permanente para que siga circulando este medio de intercambio a lo largo y ancho de la comunidad.
5. **Abogacía (reconocer las ventajas de ponerla en marcha y recomendarla a otras personas):** en caso de las MSCs, llegar a la altura en que los usuarios, entusiasmados de los impactos socioeconómicos de esta herramienta, no se limitan a maximizar su propio uso sino se ponen a promoverlo a sus amigos, vecinos etc.

Apliquemos también los diez principios de Freudenberg et al. (1995), elaborados para el éxito de la educación de salud, en el dominio de las MSCs:

- 1) **La educación efectiva de salud ha de ser diseñada para una población específica dentro de una circunstancia particular:** evidentemente se necesita planificar una MSC basada en la necesidad socioeconómica de la propia comunidad donde será implementada.
- 2) **Las intervenciones efectivas involucran los Participantes en la Planificación, Implementación y Evaluación:** este proceso se hace aún más fundamental en el caso de las MSCs, ya que los participantes serán los propios usuarios de este medio de intercambio, disfrutando sus ventajas y sufriendo de sus desventajas y posibles fallos.
- 3) **Las intervenciones efectivas integran esfuerzos dedicados a cambiar individuos, entornos sociales y físicos, comunidades y políticas:** el objetivo final del proyecto es transformar toda la estructura socioeconómica de la comunidad por aumentar su autosuficiencia (menos dependencia de los altibajos de la economía exterior y creación de una economía más resiliente al incrementar su biodiversidad).
- 4) **Las intervenciones efectivas enlazan las inquietudes de los participantes sobre la salud con mayores inquietudes sobre vida y con la visión de una mejor sociedad:** se trata de la economía, el medio ambiente, las relaciones humanas etc. de la comunidad en vez de la salud.
- 5) **Las intervenciones efectivas aprovechan recursos existentes dentro del entorno:** precisamente para este fin sirven las MSCs, o sea se trata de utilizar recursos ociosos para satisfacer necesidades no cubiertas en el sistema socioeconómico vigente (Lietaer y Hallsmith, 2006).
- 6) **Las intervenciones efectivas se construyen sobre las fortalezas encontradas entre los participantes y sus comunidades:** aquí se pone en énfasis la metodología dialéctica de Paulo Freire.
- 7) **Las intervenciones efectivas abogan por recursos y cambios políticos necesarios para lograr objetivos deseados de salud:** se puede decir lo mismo para las MSCs. Es de suma importancia defender estas iniciativas para que al menos las autoridades no las prohíban, y de ser posible ayudarlas.
- 8) **Las intervenciones efectivas preparan para que los participantes se conviertan en líderes:** las MSCs incrementan su utilidad a medida que ingresan nuevos usuarios y es importante hacer que cada usuario se dedique a realizar impactos virales para este fin.

- 9) **Las intervenciones efectivas apoyan la difusión de innovaciones a una población más amplia:** es importante que la MSC no se limite a una parte de la población más activa y más dispuesta para innovaciones socioeconómicas, sino que también se extienda a otras clases de personas más conservadoras.
- 10) **Las intervenciones efectivas buscan institucionalizar componentes exitosos y replicarlos en otras circunstancias:** hay elementos universales procedentes de otros contextos que pueden ser introducidos para la implementación exitosa de las MSCs. Es necesario detectarlos, extraer sus esencias e implantarlas en otras iniciativas siempre y cuando sea adecuado.

Rogers (2011) señala distintas razones para la educación sobre MSCs: las prácticas (necesidad de capacitar personas), las económicas (MSCs alternativas a la vulnerabilidad de la economía oficial), las sociales (protección de comunidades), las ecológicas (relación entre monocultivo / diversidad ecológica y monopolio / diversidad monetaria), las políticas (necesidad de mostrarles las MSCs a los políticos como herramienta de desarrollo socioeconómico) y las psicológicas (sentimiento de participación a un sistema monetario localmente gestionado), mostrando lo que funciona y no funciona por cada público segmentado (Tabla 19).

Tabla 19: Lo que funciona y no funciona en la educación de MSCs

Segmento	Lo que funciona	Lo que no funciona
Participantes actuales y potenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas páginas web y folletos • Mensajes motivadores en un lenguaje sencillo • Eventos para los nuevos socios • Eventos sociales periódicamente hechos • Entrenamiento sencillo • Ofertas especiales 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideología y predicación • Lenguaje técnico y académico
Diseñadores de nuevos sistemas	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de discusión en Internet • Guías de diseño • Entrenamientos especiales • Respeto a la diversidad de aproximaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideología y predicación • Galimatías y mistificación
Organizadores y administradores	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo fuerte de liderazgo para compartir papeles • Grupos de discusión en Internet • Entrenamientos especiales • Agencias nacionales de apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> • Copia y pega de modelos por otra parte sin adaptación • Rechazo a escuchar consejos o entrenamientos • Dejar que se organicen estructuras y procesos al azar
Patrones y gestores políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencias cuantitativas y cualitativas • Relaciones personales con patrones y funcionarios públicos • Envío de boletines 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideología y predicación • Lenguaje técnico y académico

Fuente: *ibid.*

Merece la pena prestar atención a las etapas de la adopción de un nuevo comportamiento (conocimiento > aprobación > intención > práctica y abogacía), ya que la última significa no sólo la internalización, la tercera etapa de adopción de un comportamiento (cumplimiento, identificación e internalización) (Kelman, 1961) sino también el cambio del papel de que las personas dejan de ser un público pasivo que recibe la influencia para convertirse en misioneros de esta causa. También es muy útil considerar la dicotomía de *convencimiento a priori / a posteriori* (Hirota, 2012), o sea la comparación entre la metodología de empezar por el convencimiento teórico a los potenciales usuarios antes de experimentar el uso de una MSC y la de empezar por dejarles probar la utilidad de este medio de intercambio antes de tratar de convencerles con la teoría. Muchos promotores de MSC suelen caer en la trampa de que la primera es más eficaz por tener la expectativa de contar con el mismo nivel intelectual, ignorando la verdadera necesidad del público en general, mientras que la segunda es más convincente gracias al hecho de que sus argumentos están endosados en la propia práctica. El a posteriori tiene otra ventaja del efecto viral basado en la experiencia real de los usuarios beneficiados de la MSC.

6.5. Resumen: constructos del Marketing de MSCs

Hasta ahora se han presentado varios aspectos del marketing y su relevancia en la elaboración de estrategias para MSCs. Aquí se determinarán los constructos en base a todo el debate desarrollado a lo largo de este capítulo.

A partir de la definición actual del marketing según American Marketing Association, se puede definir el marketing de MSCs como "el diseño de la moneda, las campañas promocionales, los eventos (ferias en MSCs, talleres de capacitación) etc. para crear, comunicar, distribuir e intercambiar un medio de intercambio más útil que la moneda oficial para distintos tipos de usuarios". Las ventajas de las MSCs sobre la moneda oficial residen en el mejor acceso al préstamo (en especial en épocas de retroceso económico), menor costo financiero (menos tasas de interés para préstamos), atracción y fidelización de clientes, ingreso adicional y aumento de empleo, entre otros, aunque cada modelo de MSC tiene sus propias peculiaridades a la hora de cumplir sus propios objetivos.

La palabra "valor" plantea una cuestión fundamental en torno a su propia definición. No es el *valor de uso* sino el *valor de intercambio* (Smith, 1776) y se rechaza la definición marxista de *encarnación o materialización del trabajo humano abstracto* (Marx, 1867) debido a su incompatibilidad con la definición de AMA en 2007 de *valor para consumidores, clientes, marketers y la sociedad en su conjunto*.

Se define la oferta del servicio de MSC, siguiendo a Sheth y Uslay (2007), como "un medio de intercambio y la gestión de un nuevo sistema complementario de intercambio con demanda por la utilización más activa posible del mismo (maximización del número

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

de usuarios, de facturaciones en esta MSC...) en que los usuarios exigen la "realización de compras sin disponer de dinero oficial", para conseguir un "aumento de facturación", "generación de nuevas transacciones gracias a la inyección de una nueva liquidez", "atracción de clientes como resultado de fidelización", "acceso a créditos en condiciones favorables", "tasas de interés más baja o su ausencia total", "evaluación más favorable en la concesión de créditos" y "autogestión monetaria parcial". Además, hay que resaltar la importancia de cocreación entre la entidad gestora de MSCs y sus propios usuarios.

El valor percibido es otro concepto clave, ya que el criterio sobre el valor varía de persona en persona. La definición *un intercambio entre la calidad o beneficios que perciben del producto en comparación con el sacrificio que perciben pagando el precio* (Monroe, 1992), que comprende las cuatro ideas claves de *utilidad* (aquí como *calidad*), *precio*, *equilibrio* y *percibido* es más adecuada para este fin y es imprescindible incluir en el sacrificio otros inconvenientes no monetarios. Y en relación al *sacrificio*, es necesario pensar cómo cubrir el costo (cuota fija de membresía, tasa de transacción, tasa de interés, oxidación, o combinaciones de estas opciones).

Es también preciso segmentar bien la "clientela" de las MSCs (consumidores, prosumidores, comercios locales, asociaciones...) para iniciar la captación de los usuarios más activos e ir incluyendo otros tipos de usuarios. A este respecto es muy importante elegir el mejor soporte tecnológico y respaldo de acuerdo con la necesidad de los propios usuarios y también revisar la segmentación de vez en cuando para adaptarla a la realidad cambiante.

El tema de *selector*, *usuario* y *pagador* es otro elemento importante para algunas iniciativas en que varios *stakeholders* están involucrados. Chiemgauer y SOL-Violette han conseguido separar entre el selector y el pagador, obteniendo más ventajas socioeconómicas. Por otra parte, los patrocinadores (el sector público y/o fundaciones) son selectores y pagadores al mismo tiempo e imponen sus propias ideas en la implementación de las MSCs, con el riesgo de que las MSCs pierdan su autonomía.

Otro elemento a considerar en la planificación del marketing es la posible creación de expectativas exageradas entre los clientes a las MSCs, porque cuantos mayores sean, mayor será su decepción cuando este medio de intercambio no logre satisfacerlas.

En cuanto a la Orientación del Mercado (OM), los tres elementos internos de *generación de inteligencia*, *diseminación de inteligencia* y *responsividad* son fundamentales para que los gestores de MSCs sigan atentos a los cambios socioeconómicos y adopten medidas útiles para ofrecer MSCs más apropiadas a las necesidades de sus propios usuarios. En cuanto a sus antecedentes, es importante arreglarlos para que sean acordes con los principios de la ESS. Se necesita incluir el

Proceso de la Comunicación para brindar un mensaje y valores más apropiados posibles para los usuarios de la MSC en un medio de comunicación eficaz (quizá distintos medios) y tratar de mejorar su propia imagen. Y también es menester considerar la OM externa, o sea la OM de los consumidores y de los competidores, para coordinar lo mejor posible el marketing y también el propio diseño de la MSC.

Es también preciso elaborar indicadores apropiados para medir el impacto de la MSC y usarlos ocasionalmente. Dada la diversidad de objetivos perseguidos por diferentes MSCs, es fundamental que cada una establezca sus propios criterios en base a sus objetivos y diseñe su metodología viable para medir el impacto cuantitativa y/o cualitativamente. Hay algunas claves para la sostenibilidad de MSCs, tales como activistas comprometidos, sistemas robustos de gestión, disponibilidad de recursos financieros y/o monetarios, existencia de una red de personas afines, selección de un modelo apropiado, mecanismo de recuperar el costo operativo, buena gobernanza, marketing y relaciones públicas, educación y entrenamiento.

El marketing relacional es una rama del marketing dedicado al mantenimiento de clientes existentes mediante la concesión de determinados beneficios. Existen pruebas de que la relación duradera aporta más beneficio económico a la empresa, y para este fin son importantes el compromiso y la confianza para que los clientes se conviertan en cooperantes. Obviamente las MSCs son una herramienta para este tipo de marketing, las transacciones entre socios aumentan a medida que ellos mismos se conocen y ven nuevas oportunidades de negocio y como requisito es necesario la preferencia por parte de los usuarios a realizar transacciones con otros socios de la MSC y en este mismo medio de intercambio. Un caso interesante son los programas de millas ofrecidos por la mayoría de las principales aerolíneas del mundo, aunque se necesita reemplazar su tratamiento clasista a los pasajeros frecuentes con otras maneras que evoquen el compañerismo y la solidaridad.

Sin embargo, el marketing relacional no es el único factor que determina el comportamiento del consumidor: hay otros puntos a considerar, tales como la forma de conseguir la MSC y el medio de soporte (billetes, pago online, tarjetas inteligentes, teléfono móvil...), la rapidez en el procesamiento de transacciones, el costo de transacción, la calidad de la atención a los clientes y otros servicios adicionales. Influye también el número de socios individuales y/o establecimientos que aceptan esta MSC, el grado de complicidad en manejar este medio de intercambio y las características de cada MSC. La buena relación entre la entidad gestora de MSC y sus usuarios no significa el aumento de transacciones si este medio de intercambio tiene desventajas, por lo tanto, es imprescindible dar respuestas a las necesidades de los usuarios, además de seguir buscando cómo aumentar beneficios y cómo reducir sacrificios.

Capítulo 6: aplicación de los conceptos de marketing

en la promoción de MSCs

El concepto del marketing de causa social también ha sido incorporado en las prácticas de algunas MSCs, pese a que se han hecho pocos estudios a este respecto. Chiengauer y SOL-Violette son las pocas experiencias que lo han hecho para destinar el euro depositado a fines sociales (donación al proyecto social afiliado u oferta de microcrédito), y se espera que surjan otras iniciativas. También se puede considerar La Turuta como una iniciativa relacionada, ya que la aceptación de Turuta, creada para renumerar a los participantes a los proyectos comunitarios, funciona como una campaña por parte de los establecimientos locales para estimular la participación a este compromiso ciudadano a la comunidad.

El marketing social es una metodología que se emplea hoy en día en distintos ámbitos, incluso la religión, donde esta denominación mercantilista no suele sonar apropiada. Al inicio intentaba aplicar todas las técnicas desarrolladas por el marketing mercantil al campo de campañas sociales con comunicación unidireccional (del *marketer* al objetivo público). Ha surgido, sobre todo en el campo de la salud pública. A fin de cuentas, se trata de una aproximación centrada en consumidor que tiene en cuenta las circunstancias en que están las personas a quienes se pretende que adopten esta causa o comportamiento.

Es muy relevante señalar la similitud entre el marketing social y la educación popular iniciada por el pedagogo brasileño Paulo Freire quien se opuso a la pedagogía tradicional, denominada como *educación bancaria*, donde el profesor omnisciente transmite datos unilateralmente a los alumnos ignorantes. Su alternativa *educación dialéctica*, que es a la vez liberadora y problematizadora, está basada en comunicaciones bilaterales en que el profesor también aprende y los alumnos también enseñan, a partir de las observaciones hechas por el profesor sobre las circunstancias de vida que viven los alumnos, y de hecho ya ha habido varias experiencias de salud pública con educación popular. No obstante, la propuesta del uso de MSCs locales y/o regionales como alternativa al sistema monetario vigente significa la transformación de toda la comunidad local y/o regional hacia la autosuficiencia, lo que se logra si se aplica esta metodología no a un colectivo parcial sino a todos los actores socioeconómicos locales.

Cabe destacar también el hecho de que el movimiento brasileño de economía solidaria ha mantenido siempre contactos con esta pedagogía. Las incubadoras tecnológicas universitarias de cooperativas populares son un buen ejemplo en que los estudiantes ayudan a la clase popular a formar sus propias cooperativas, enseñándoles no solamente las técnicas de producción sino también otros conocimientos necesarios para la autogestión de su propio emprendimiento.

Sin embargo, este planteamiento plantea la dificultad de aplicar la relación entre el profesor y los alumnos a la entre los productores y los consumidores. Tanto el caso de

la Ley de Merienda en Brasil como las prácticas de *Community-Supported Agriculture* (CSA), *Teikei* en japonés o AMAP en Francia, y las prácticas del comercio justo demuestran que sí es posible fortalecer lazos entre los productores y los consumidores, de los cuales se podría inspirar para la consolidación de relaciones entre los productores, los consumidores y/o los prosumidores. Es fundamental buscar fórmulas para que tanto los usuarios como el gestor de la MSC colaboren para poder salir ganando.

La interacción entre la comunidad y los propios habitantes que forman parte de ella es primordial para alcanzar la transformación social. El marketing social consiste en la selección de comportamientos apropiados a promover, diseñar un programa para tal fin, ejecutarla y evaluarla. También merece la pena prestar atención a las etapas de la adopción de un nuevo comportamiento (conocimiento > aprobación > intención > práctica y abogacía), ya que la última significa no sólo la internalización, la tercera etapa de adopción de un comportamiento (cumplimiento, identificación e internalización) sino también el cambio del papel de que las personas dejan de ser un público pasivo que recibe la influencia para convertirse en misioneros de esta causa.

Es imprescindible partir de que el objetivo final de la MSC es hacer la economía local o regional más autosuficiente al aprovechar los recursos ociosos para satisfacer necesidades no cubiertas mediante un medio interno de intercambio. Sería ideal que los usuarios lleguen a dedicarse a la difusión de esta moneda, ya que a esta altura se podrá esperar efectos virales. También es menester ir ampliando la variedad de personas y comercios locales para que al fin y al cabo toda la comunidad se comprometa a la causa para la cual se instala la MSC.

Tercera Parte: prácticas del marketing en MSCs

Capítulo 7: estudios de campo

En la Primera Parte hemos iniciado nuestro recorrido por la etimología de economía en griego y chino, hemos repasado también otros conceptos claves para orientar nuestras actividades económicas y se ha dado también una pincelada sobre el marco teórico y jurídico de la ESS. Luego hemos analizado profundamente los fallos estructurales que se impregnan en nuestro sistema monetario actual y hemos visto también la posibilidad de implementar MSCs y algunas reformas monetarias (oxidación y Reserva 100%) con el fin de alterar esta situación. La Segunda Parte comenzó por las descripciones de varios tipos de MSCs, clasificados según su respaldo, seguido por la enumeración de sus ventajas y el análisis DAFO, y se ha abordado también diferentes aspectos del marketing para elaborar constructos. La última parte se dedica a presentar resultados de estudios de campo hechos con el fin de analizar la relación entre los constructos presentados al final del capítulo anterior y la realidad de los propios beneficiarios de estos medios de intercambio, desde el punto de vista de la elaboración y la transmisión del valor.

El marketing de las MSC está definido en 6.5 como "el diseño de la moneda, las campañas promocionales, los eventos (ferias en MSCs, talleres de capacitación) etc. para crear, comunicar, distribuir e intercambiar un medio de intercambio más útil que la moneda oficial para distintos tipos de usuarios", y es importante destacar ventajas de utilizar esta MSC, es decir el valor que ofrece este medio de intercambio, al querer captar más socios. A partir de esta definición, surgió la pregunta "¿están las prácticas de las existentes MSCs siguiendo esta línea del marketing?" y se elaboraron cuestionarios para recoger las voces de los propios usuarios, pidiéndoles evaluar estas prácticas.

Este capítulo comienza por la definición de la metodología utilizada y su justificación. El autor consiguió realizar estudios de campo a los socios de tres MSCs (dos en España y una en México) y elaboró cuestionarios, siempre teniendo en cuenta su *modus operandi* con el fin de que las preguntas fueran las más adecuadas al propio contexto de cada localidad sin perder la coherencia entre tres MSCs. Se presentarán, a continuación, en una forma exhaustiva, los resultados obtenidos en base a las encuestas de estas iniciativas, en concreto: La Turuta (Barcelona), Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Castellón y Valencia) y El Túmin (diferentes estados mexicanos). Estos datos serán sintetizados y analizados en el último apartado de este capítulo para mostrar la tendencia de los usuarios de las tres MSCs investigadas en torno a cada tema.

7.1. Metodología utilizada y su justificación en los estudios de campo

La metodología adoptada para los estudios de campo es, como se ha mencionado ya, la realización de encuestas con preguntas elaboradas para adaptarse al contexto de cada una de las MSCs visitadas por el autor de la tesis (Anexos 2 a 4).

Se realizaron estudios de campo como encuestas solicitadas a los usuarios de las siguientes tres MSCs distintas con el fin de averiguar si estas herramientas de intercambio han logrado ofrecer sus valores a los propios usuarios.

- **La Turuta (Vilanova i La Geltrú, 4.7.1):** encuesta realizada el 01 de febrero de 2015, complementada por algunas encuestas enviadas posteriormente.
- **Xarxa XXIV (Comunitat Valenciana, 4.4.1):** encuesta realizada telemáticamente en julio y agosto de 2015.
- **El Túmin (México, 4.6.4):** encuesta realizada entre el 11 y el 15 abril de 2016 en diferentes lugares del país donde funciona esta MSC.

El autor de la tesis eligió algunas MSCs también, en base al criterio del tiempo de funcionamiento (en el momento de realizar esta encuesta, todas estas iniciativas ya llevaban aproximadamente cinco años desde su fundación) y del conocimiento personal de estas iniciativas. El autor de la tesis trató de contactar algunas otras MSCs con perfil similar, pero sin conseguir llegar a realizar encuestas similares.

Los cuestionarios elaborados para las iniciativas se enfocaban, sobre todo, al valor de la moneda, traducido como incentivo para usarla, el marketing relacional (atracción de nuevos clientes a los comercios locales) y el marketing social (campaña para que las personas adopten la causa social de este medio de intercambio).

La metodología consistió en evaluar características (ej.: respaldo de la moneda, tipos de usuarios) y objetivos de cada iniciativa en base a las informaciones publicadas, principalmente en sus respectivas páginas web oficiales, y elaborar una serie de preguntas relevantes a estos temas y en base a algunos conceptos enunciados en los constructos de 6.5. Los datos y las voces recogidas se clasifican principalmente en las siguientes categorías, además de algunas específicas de cada iniciativa. La Tabla 20 demuestra las preguntas realizadas en diferentes categorías:

Tabla 20: Clasificación de las preguntas realizadas en las encuestas, por categorías

Cat.	Preguntas	La Turuta	Xarxa XXIV	El Túmin
A	Perfil de los usuarios de cada MSC (profesión, género, edad, tiempo de participación)	Preámbulo		
B	Motivos de participación a la MSC	1, 2	1, 2	1, 2
C	Principales productos y/o servicios que se ofrecen y adquieren	3, 4	3, 4	3, 4
D	Cantidad de transacciones por mes	5	6	6
E	Nuevos productos y/o servicios que los socios no solían adquirir antes de la adhesión a la MSC	6, 7	5	5
F	Impacto de la MSC sobre la vida económica de los socios	N. a.	7	8
G	MSCs y los comercios / autónomos	8, 12, 13	9	7, 10, 14
H	Forma de emisión de MSC	9, 10	9, 10	9
I	Soporte físico de la MSC (cartilla monedera / billetes / banca online etc.)	11	11	13
J	Acceso a microcréditos	14, 15	N. a.	15, 16
K	Posibilidad de incrementar la producción dentro de la red	16	13	17
L	Valor añadido que se percibe en los productos / servicios ofrecidos en MSC	17	12	18
M	Opinión sobre posibles políticas públicas para impulsar la MSC	18	15	21
N	Número de nuevos socios que incorporó cada socio	20	N. a.	19
O	Desafíos y otros comentarios	21 a 24	14, 16	20, 22

Fuente: elaboración propia por el autor de la tesis.

La encuesta comenzó con la solicitud de algunos datos acerca de los socios de cada MSC (categoría A) para dar una pincelada sobre su perfil. El cuestionario se inició con los motivos de participación (categoría B), estrechamente relacionados con el valor que percibían los socios en estos sistemas de intercambio para aceptar el uso de "un medio de intercambio más útil que la moneda oficial" en los constructos. La poca variedad en los motivos de participación que se observó en las preguntas 1 y 2 para los socios de La Turuta fue el factor determinante por el cual el autor de la tesis decidió eliminar la pregunta 2 (motivo actual de seguir participando en MSCs) y enfocarse exclusivamente en el motivo inicial de participar. Se añadió, en cambio, la posibilidad de que los encuestados de Xarxa XXIV y de El Túmin escribiesen otros motivos no figurados en las opciones predeterminadas en la Pregunta 1.

Se plantearon preguntas para perfilar los principales productos y servicios intercambiados dentro de la red de cada MSC (categoría C) con el fin de determinar el índole de las transacciones realizadas. Se añaden otras preguntas para evaluar el tamaño de la nueva economía que se hizo posible gracias a este nuevo medio de intercambio (categorías D y E), intentando medir el grado de "un medio de intercambio más útil que la moneda oficial" en los constructos. Se agregó la categoría F antes de iniciar la encuesta a Xarxa XXIV a partir del comentario de un socio sobre la gravedad de la pobreza que vivían algunos socios de esta moneda, en base a la hipótesis de que las MSCs estuvieran complementando la escasez del ingreso en moneda oficial, para constatar que Eco es "más útil que la moneda oficial" en términos de la posibilidad de obtener. Se mantuvo esta pregunta también para la encuesta de la moneda mexicana.

La categoría G pretendió dibujar la relación entre cada MSC y los comercios / los autónomos participantes, dividida entre el grado de aceptación de la MSC por los socios en cuestión (Pregunta 8 para la Turuta y Pregunta 7 para el Túmin), la participación de tales socios (Pregunta 12 para la Turuta, Pregunta 9 para Xarxa XXIV y Pregunta 10 para el Túmin) y el impacto de la MSC para el comercio (Pregunta 13 para la Turuta y Pregunta 14 para El Túmin), preguntas elaboradas en base a los elementos de "realización de compras sin disponer de dinero oficial", "aumento de facturación", "generación de nuevas transacciones gracias a la inyección de una nueva liquidez" y "atracción de clientes como resultado de fidelización" en los constructos. La encuesta para Xarxa XXIV se centró exclusivamente en la participación de los comercios y los autónomos, dada la naturaleza de esta iniciativa valenciana enfocada al intercambio entre individuos.

Las categorías de H a L están relacionadas con el concepto del *valor de intercambio* y el valor percibido, sobre todo "utilidad", y ambos conceptos estaban ya mencionados en los constructos de 6.5. Se planteó la categoría H para pedir opiniones sobre la forma actual de creación monetaria efectuada en cada MSC (creación aprobada por la Associació ECOL3VNG, crédito mutuo en caso de Xarxa XXIV y *fiat* en caso de El Túmin, aunque las preguntas para los socios de Xarxa XXIV no eran exclusivas a la creación

monetaria). Se preguntó también sobre el soporte físico de cada MSC (categoría I) con el fin de determinar el grado de satisfacción de los socios a este respecto, sobre todo en relación al uso de *smartphone*, una tendencia emergente en los últimos años. También en este contexto se prepararon preguntas relacionadas con la posibilidad de microcrédito (categoría J), que no se realizaba en ninguna de las MSCs visitadas, para averiguar si existe el interés potencial a solicitar este servicio financiero en caso de que se dispusiera. Sin embargo, no se preguntó sobre microcréditos a Xarxa XXIV, debido a la posibilidad de tener un cierto saldo negativo, una ventaja intrínseca del sistema de crédito mutuo, lo que haría irrelevante pedir créditos a la administración central. Las categorías K y L tenían el objetivo de recibir opiniones en cuanto a los productos y los servicios ofrecidos dentro de la red de cada MSC.

Se concretaron preguntas de la categoría M para que los usuarios de las MSCs se expresasen sobre las posibles políticas públicas en base al posible proceso de diálogo del marketing social entre el sector público y la sociedad civil. Las preguntas de la categoría N tenían como objetivo cuantificar el efecto multiplicador de cada socio en términos de la ampliación de cada red de intercambio, un indicador relevante desde el punto de vista de la *utilidad* percibida, y el autor de la tesis debe reconocer su error en la omisión de esta categoría para la encuesta de la Xarxa XXIV por puro descuido. Por último, se ofrecieron algunos espacios para recoger opiniones acerca de los desafíos y otros comentarios libremente expresados por los socios, como parte del proceso de diálogo del marketing social entre los propios usuarios y la administración.

Existen también algunas preguntas puntuales que se realizaron para sondear algunas características propias de una de las MSCs, es decir:

- **Ámbito territorial del uso de la MSC (La Turuta, pregunta 19):** para ver si el ámbito municipal es adecuado o no. Se ofrecieron las opciones de nivel del barrio, municipal, comarcal, regional, provincial y autonómica para saber cuál es el más deseable según el criterio de los *turutaires* (socios de La Turuta). La determinación del ámbito territorial optimizado también está relacionada con el concepto de *utilidad*, basada en los comportamientos de los propios *turutaires* en su vida cotidiana.
- **Porcentaje de venta en Eco fuera de las ferias (Xarxa XXIV, pregunta 8):** Xarxa XXIV organiza ferias quincenales donde se realiza la mayoría del intercambio de productos y servicios, y se concibió esta pregunta para medir la envergadura de transacciones al margen de estos eventos. Dicho de otro modo, se trata de la *utilidad* de este medio de intercambio en otros momentos.
- **Casa del Túmin (El Túmin, preguntas 11 y 12):** esta MSC mexicana cuenta con lugares donde los tumistas pueden depositar sus productos. Se diseñaron estas preguntas para evaluar su nivel de satisfacción y comentarios acerca de estos establecimientos, o sea su utilidad.

7.2. Resultados de las encuestas

7.2.1. La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Barcelona)

La Turuta es una MSC que inició a finales de 2010 en Vilanova i La Geltrú (Catalunya) como proyecto de Transició VNG, actualmente asociación ECOL3VNG la asociación, para impulsar el proceso de transición hacia la construcción de una comunidad más resiliente que consume menos combustibles fósiles. En 2014 contaba con 301 socios y la transacción anual era de 84.752 turutas (la turuta es equivalente a euro, aunque no es intercambiable). Véase 4.7.1 para más detalles.

La investigación a los socios de la MSC "La Turuta" en Vilanova i La Geltrú (Barcelona) se realizó entre febrero y marzo de 2015. El autor de la tesis participó en su asamblea general celebrada en esta fecha a que asistieron unas 20 personas, con la intención de pedir que todos los *turutaires* presentes rellenasen el cuestionario para entregárselo. Sin embargo, responder a este cuestionario fue imposible debido a la falta del tiempo en la misma Asamblea, y el autor decidió dejar las copias de la encuesta y recogerlas después. Se realizó la encuesta por utilizar el cuestionario con 24 preguntas (véase Anexo 2).

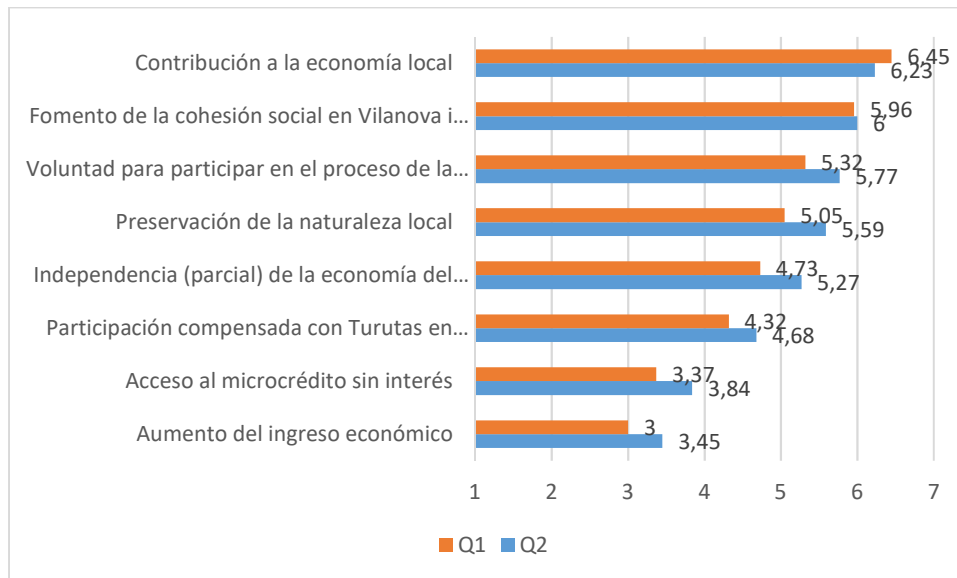
El autor consiguió recibir 23 respuestas, o sea 7,6% de los socios. Sin embargo, hubo una confusión entre los miembros de la Turuta y el autor de la tesis sobre las versiones del cuestionario, resultando en que algunas respuestas fueran hechas en base a la versión anterior de la encuesta con preguntas sutilmente diferentes. La Tabla 21 demuestra el perfil de los *turutaires*.

Tabla 21: Perfil de los *turutaires* encuestados

Variable	Estadísticos descriptivos	Valor	%
Tipo de socios	Particulares	14	60,9
	Autónomos	4	17,4
	Establecimiento local	1	4,3
	No contesta	4	17,4
Participación desde	2010	1	6,7
	2011	1	6,7
	2012	6	40,0
	2013	1	6,7
	2014	6	40,0
	No contesta / Respuestas no claras	8	N. a.
Género	Hombre	11	50,0
	Mujer	11	50,0
	No contesta	1	N. a.
Edad	- 29	1	4,5
	30 - 39	4	18,2
	40 - 49	3	13,6
	50 - 59	10	45,4
	60 - 69	3	13,6
	70 -	1	4,5
Profesión actual	Autónomos	4	17,4
	Desempleados	4	17,4
	Empleados	3	13,0
	Profesores	3	13,0
	Jubilados	3	13,0
	Comercio	1	4,3
	Otros	4	17,4

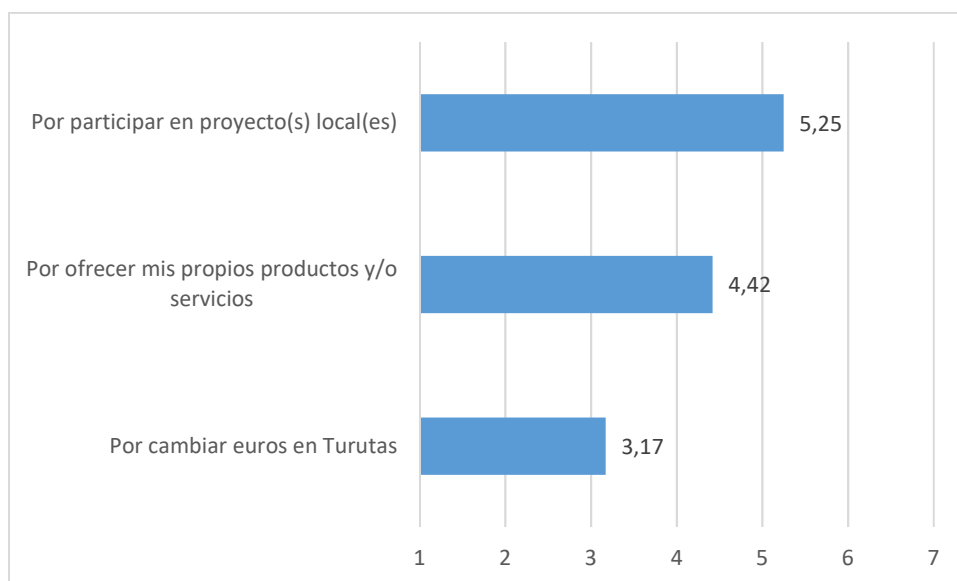
Las preguntas 1 (Q1) y 2 (Q2) eran para ver qué valores quisieron obtener al darse de alta y qué valores quieren hoy en día, por lo tanto, se presentan a continuación las respuestas conjuntamente (Gráfico 3). Se puede observar un ligero aumento en todos los elementos, salvo “contribución a la economía local”.

Gráfico 3: motivos de participar en La Turuta



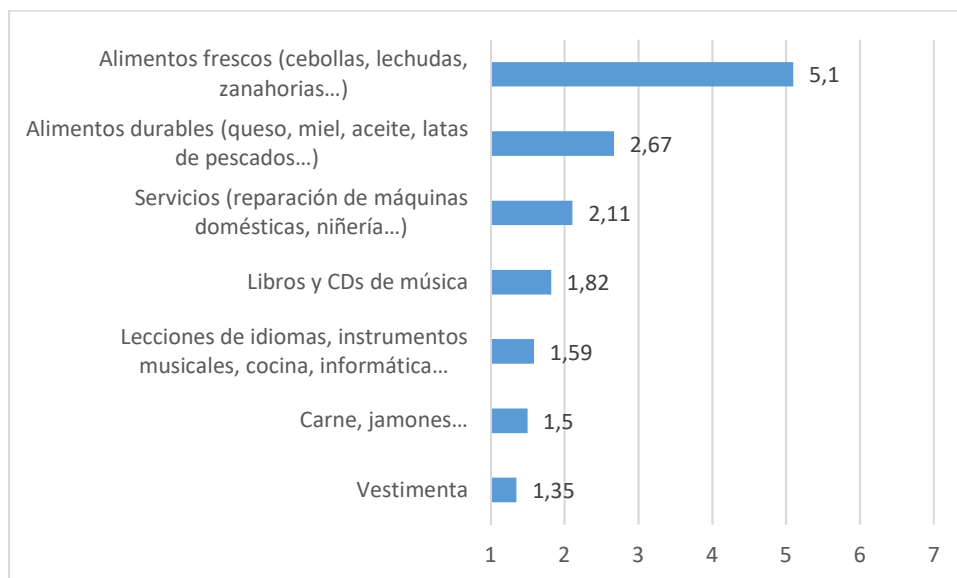
La pregunta 3 era para aclarar cómo obtener turutas. Hubo una confusión entre los encuestados y 11 personas contestaron “Sí/No” en vez de puntuar de 1 a 7, por lo tanto, se calculan los promedios entre las puntuaciones realizadas (Gráfico 4):

Gráfico 4: cómo se obtiene turuta



La pregunta 4 pretendía aclarar cómo los socios gastan este medio de intercambio. Hubo dos respuestas de "Sí/No" en vez de respuestas en escala de 1 a 7, por lo tanto, se demuestra a continuación el promedio de las respuestas cuantificadas (Gráfico 5):

Gráfico 5: bienes y/o servicios que se obtienen en turuta



Además, hubo seis respuestas clasificadas en "Otros":

- Cervezas
- Cantos

- *Pan y embutido*
- *Alquiler de casa rural de un socio de La Turuta*
- *Restauración*
- *Material para el huerto*

La pregunta 5 era obviamente para medir la cantidad de transacciones hechas por mes. Como vemos, los valores eran más simbólicos que sustanciales para la mayoría de los *turutaires* (Tabla 22):

Tabla 22: Transacción por mes en turuta

<10	10 a 19,99	20 a 49,99	50 a 99,99	100 a 199,99	200 >	Total
8	5	3	6	1	0	23
35,0%	21,7%	13,0%	26,1%	4,3%	0%	100%

Las preguntas 6 y 7 eran para ver cuántas y cuáles transacciones se produjeron gracias a la existencia de este medio complementario de intercambio. Se muestran, a continuación, las respuestas a la pregunta sobre el cambio del comportamiento como consumidores (Tabla 23):

Tabla 23: Porción de transacciones que se produjeron gracias a turuta

< 1/3	≥1/3 y < 2/3	≥2/3	N. C.	Total
15	2	3	3	23
65,2 %	8,7 %	13,0 %	13,0 %	100 %

Hubo 9 respuestas a la pregunta 7 "¿Cuáles productos / servicios obtiene ahora con Turutas que antes no utilizaba?":

- *Cervezas*
- *Pan, harina, verduras*
- *Alimentos frescos (verduras) ecológicas*
- *Clases de canto, peluquería*
- *Talleres de cocina macrobiótica*
- *Alimentos frescos*
- *Clases de inglés, productos de alimentación ecológicos, pequeñas reparaciones domésticas, productos de segunda mano, compra de una bicicleta, alquiler de casa en el campo*
- *Establecimientos alimenticios para las personas y para los animales, tiendas asociadas al huerto y a la granja*

- *Alimentos*

La Pregunta 8 era para aclarar el grado de la participación de los autónomos profesionales. Se les preguntó si aceptaban Turutas para sus actividades profesionales y se obtuvo el siguiente resultado (Tabla 24):

Tabla 24: Porcentaje de aceptación de turuta por los autónomos

Estadísticos descriptivos	Valor	%
Las acepto íntegramente	1	9,1
Las acepto parcialmente con euro	7	63,6
Ofrezco sólo mis productos / servicios que no son de mis actividades profesionales	2	18,2
No contestan	12	N. a.

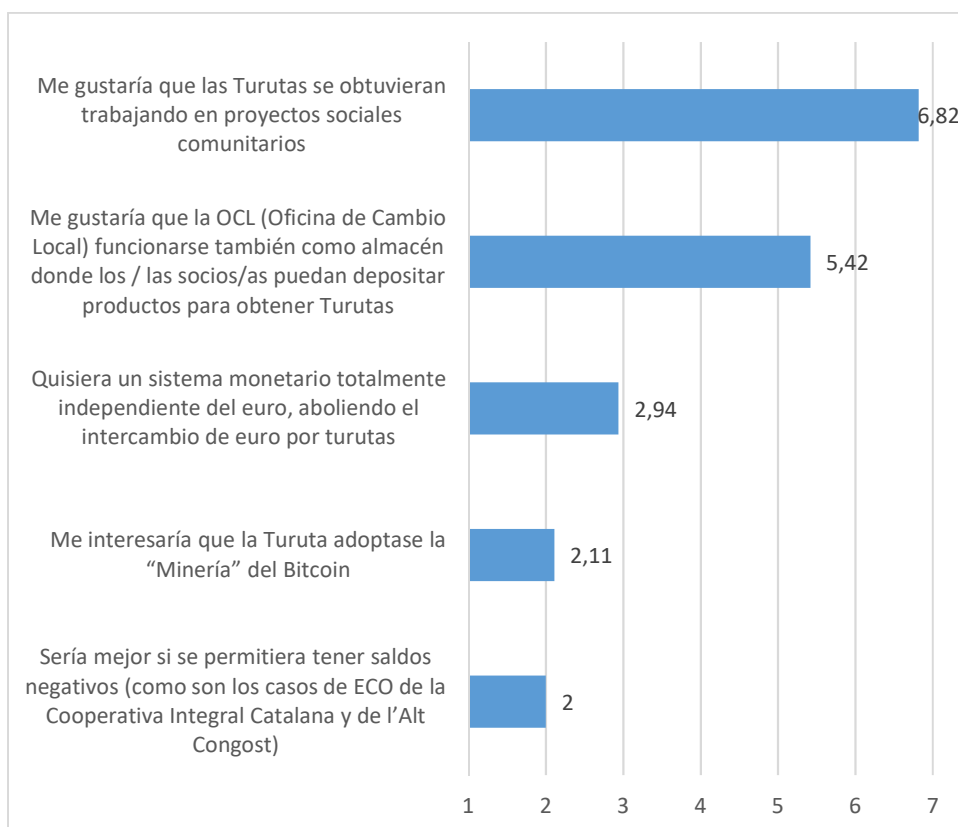
Las siete personas que contestaron “las acepto parcialmente con euro” indicaron el siguiente porcentaje en turuta: 5%, 10%, 15%, 33%, 50% (2 personas), sin especificar.

La pregunta 9 y 10 eran para sondear las opiniones de los socios en términos de la cantidad de la masa monetaria y se obtuvo el siguiente resultado (Tabla 25, Gráfico 6):

Tabla 25: Opiniones de los *turutaires* sobre la aprobación de proyectos financiados en turuta

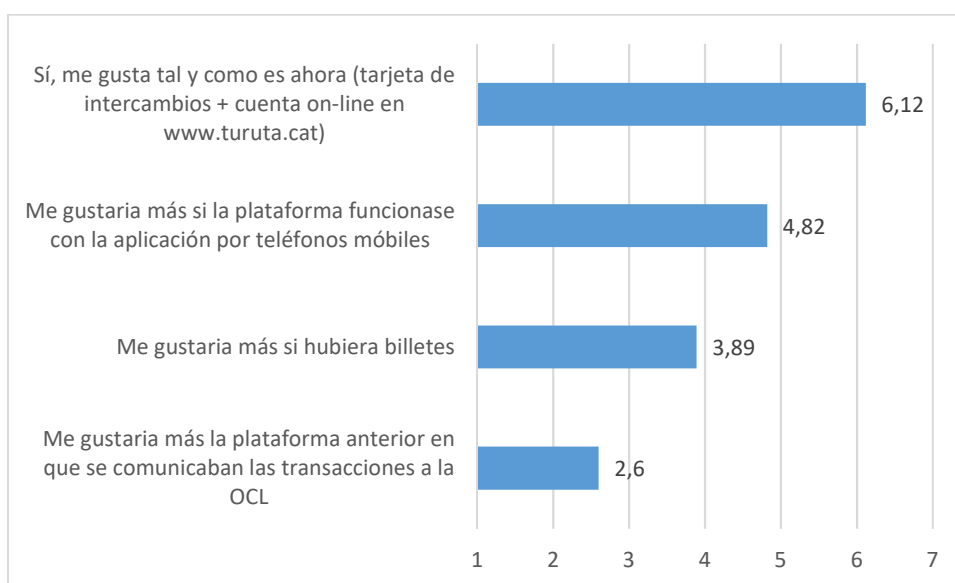
Estadísticos descriptivos	Valor	%
Sí, se aprueban justamente los proyectos apropiados	11	61,1
No, se aprueban pocos proyectos y falta la masa monetaria de Turuta en circulación	3	16,7
No, se aprueban demasiados proyectos y tengo demasiadas turutas que no puedo gastar	4	22,2
No contestan	5	N. a.

Gráfico 6: opiniones de los turutaires sobre la creación monetaria



La pregunta 11 era para saber el grado de satisfacción de los socios en términos del medio de soporte (online y tarjetas monetarias) y también ver su interés por medios alternativos de transacción (Gráfico 7):

Gráfico 7: opiniones de los turutaires sobre el medio de soporte



La pregunta 12 era para preguntar si participan un número suficiente de comercios locales y la respuesta era sí / no (Tabla 26):

Tabla 26: Opiniones de los *turutaires* sobre la participación de los establecimientos locales

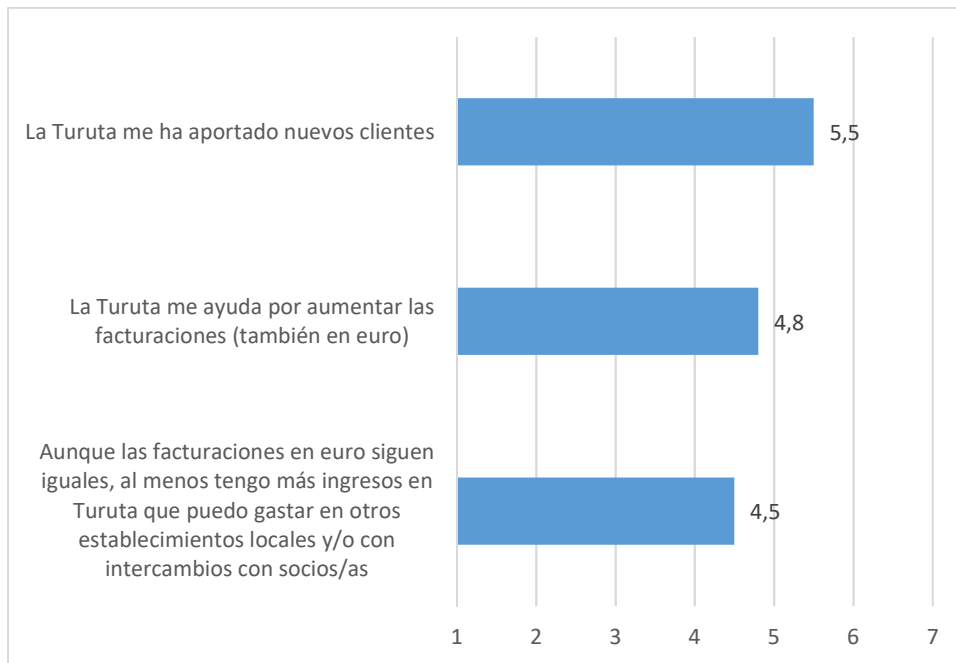
Estadísticos descriptivos	Valor	%
Sí, participan muchos establecimientos locales y puedo gastarla allí sin problemas	2	8,7
No, todavía faltan establecimientos locales	21	91,3

Y los que contestaron "No" sugirieron los siguientes:

- *Establecimientos de ropa y más de alimentación*
- *Todos los que produzcan un producto o servicio del Garraf (comarca)*
- *Lo máximo posible*
- *Que haya todos los servicios. Diversidad de establecimientos*
- *Más establecimientos de comer: de servicios personales y de hogar*
- *Un comercio de alimentos frescos / comidas para llevar (en la respuesta original se mencionaban diferentes marcas de comercios)*
- *Quizá más del sector servicios*
- *Sería muy conveniente que participasen la totalidad de aquellos que se dedican al comercio de proximidad, especialmente los de productos ecológicos y locales*
- *Cuánto más mejor. Los que hay sólo ofrecen normalmente unos 10% en turuta.*
- *Ropa de segunda mano, productos frescos*

La pregunta 13 se dirigía exclusivamente a los autónomos profesionales para saber el efecto económico de esta moneda (Gráfico 8):

Gráfico 8: opiniones de los autónomos sobre La Turuta



Las preguntas 14 y 15 eran para medir el interés de los socios sobre el microcrédito.

Pregunta. ¿Algún día pensará en pedir microcréditos en Turuta? Evalúe de 1 a 7, siendo 1: Muy improbable a 7: Muy probable.

Promedio de la respuesta: 2,82

Razones:

- *Es difícil que los inversionistas acepten Turuta*
- *Ahora mismo no, en un futuro no lo sé*
- *De momento, no lo necesito*
- *No lo necesito*
- *No estoy interesado en este momento.*
- *No quiero pedir ningún crédito si puedo evitar.*
- *Como usuaria de la turuta, de momento no hay necesidad de microcrédito en turuta, ya que soy muy activa en la participación a los proyectos en turuta y por lo tanto generadores de unidades en turuta.*
- *No lo necesito.*
- *Ahora no vivo ni trabajo en Vilanova i La Geltrú*
- *Creo que no lo necesitaré*
- *Ni en turuta ni en euro, mejor gastar lo que tiene*
- *No lo he planeado nunca, no sé cómo funciona, no es negación por voluntad si no por desconocimiento*
- *De momento no necesito microcréditos*

- *Ahora no hace falta*

Las preguntas 16 y 17 eran para ver la potencial del sustituto de importación con la producción local. A la pregunta 16 "¿Cuáles productos y/o servicios, que ahora se importa desde fuera de Vilanova i La Geltrú, podrían producirse aprovechando la Turuta?" se obtuvieron las siguientes respuestas:

- *Ropa, muebles de madera*
- *La producción tiene que ser ecológica. Cualquier hortaliza o fruta adecuada al clima y suelo de aquí, y productos elaborados (mermeladas, etc.). quizá, con pescado y carne*
- *Comida*
- *Cultivos hortícolas, frutales*
- *Consumo cultural en general: cinema, conciertos, teatro, libros y música de temática y producción local*
- *Estaría bien poder intercambiar turutas con otras monedas locales*
- *Muchos, cada vez más*

Y a continuación se mostrarán las respuestas a la pregunta 17 "Imagínese que hay dos productos idénticos (zanahoria, naranjas, uva...): un producto un poco más caro pero ofrecido en Turutas y otro producto importado más barato en Euro. ¿Hasta cuántos por ciento de diferencia aceptaría para el producto local ofrecido en Turuta?", sobre el valor agregado que reconocen los *turutaires* (Tabla 27):

Tabla 27: Valor agregado reconocido por los *turutaires* a los productos / servicios ofrecidos en turuta

	0%	5%	10%	15%	20%	25%
Valor	2	3	3	4	2	9
%	8,7	13,0	13,0	17,4	8,7	39,1

La pregunta 18 era para preguntar cuáles otros soportes podrían ser ofrecidos por el ayuntamiento al sistema y hubo las siguientes respuestas:

- *Permitir el pago de impuestos municipales en turuta. Incentivar el uso de la turuta rebajando tasas o impuestos a quien los pague en turuta*
- *Pago de impuestos, tasas, basuras*
- *Todos los servicios relacionados con el medio ambiente, ahorro, agua, energía, conservación de rutas, patrimonio turístico*

- *La divulgación de turutas entre los comerciantes, ofrecer un espacio propio para la Asociación (Oficina de Cambio Local), más céntrico*
- *La circulación de la moneda (no restringida)*
- *Centros culturales, ateneos, instituciones municipales*
- *Información*
- *Aceptación de pagos de impuestos, especialmente tasas relacionadas con prácticas medioambientales (basuras) y precios públicos*
- *Aceptación de pago de transporte en bus urbano*
- *Más difusión, posibilidad de pagar tributos y gestiones locales en turuta*
- *Facilitar locales para los intercambios de productos*
- *Facilitar soporte que agilice y registro de intercambio*
- *Poder realizar pagos municipales en turuta*
- *Ventajas fiscales a los comercios que aceptan turuta, así incentivará a otros establecimientos a sumarse al proyecto*
- *Difusión y dar ejemplo en su uso como impuestos y pagos oficiales*
- *Hay que llegar a poder pagar tasas y/o impuestos*

La pregunta 19 era para saber la zona óptima de una moneda social, actualmente puesta en marcha a nivel municipal (Tabla 28):

Tabla 28: Nivel geográfico más apropiado de la Turuta, según los *turutaires*

	Barrio	Municipio (actual)	Comarca del Garraf	Región Penedés	Provincia de Barcelona	Toda Catalunya
Valor	0	12	6	1	0	2
%	0	57,1	28,6	4,8	0	9,5

Nota: hay dos respuestas con dos opciones. A nivel provincial y toda Catalunya, y barrio y comarca. La mayoría de los *turutaires* están contentos con el status quo (ámbito actual) aunque algunos prefirieron ampliarlo un poco más para toda la comarca.

La pregunta 20 era para saber el grado de aporte de los socios para el crecimiento de este sistema de intercambio local (Tabla 29):

Tabla 29: Número de nuevos *turutaires* aportados por cada *turutaire*

	0	1 a 4	5 a 9	10 o más	N. C.
Valor	7	10	1	3	2
%	33,3	47,6	4,8	14,3	N.a.

Las preguntas 21 y 22 eran para abordar las dificultades que enfrenta esta moneda. Se obtuvieron las siguientes respuestas a la pregunta "¿Cuáles cree que son las mayores dificultades para que la ciudadanía participe en el proyecto?":

- *El desconocimiento y la falta de información*
- *Pocas tiendas todavía*
- *El precio de algunos de los proyectos vendidos en turuta. Que el proyecto se exprese básicamente por Internet, hay mucha gente que no lo utiliza con frecuencia. El número todavía insuficiente de establecimientos donde se puede comprar en turuta*
- *Hay que mejorar la forma de registrar las transacciones (más rápida y ágil)*
- *A la gente le cuesta tanto el cambio que no está consolidado*
- *Supone un cambio en intercambio, por lo tanto, tendrá que hacer el seguimiento apuntarlo, a través del ordenador*
- *Poder gastar turuta en los comercios y cómo obtener turuta si no tienes tiempo para participar en proyectos*
- *La "poca" divulgación, la confianza por parte de las personas*
- *Que no sean materialistas ni consumistas*
- *Los que son autosuficientes no entran porque hay que involucrarse*
- *La dificultad de la información*
- *Al estar basado en la confianza y no haber papel, la gente no suele meterse*
- *Conocer el proyecto*
- *Falta de cultura ciudadana participativa; resistencia al cambio, desconocimiento en general de sistemas monetarias nuevos; falta de tiempo para informarles y dedicarles a conocer el proyecto*
- *El miedo a salir del sistema establecido. Desconfianza a todo lo nuevo*
- *Necesidad de ir a aquellos comercios que aceptan Turuta y de informar a los comercios locales sobre la Turuta, la no residencia en Vilanova i La Geltrú (hay que ir allí para poder gastar turuta),*
- *Poca agilidad en las comunicaciones de las transacciones*
- *Desconocimiento del proyecto, quizá falta de tiempo para ganar turuta*
- *Falta de información y de mercado en turuta y que los comercios y los profesionales limitan el uso de turuta porque después la acumulan y no la pueden gastar, es el pez que se muerde la cola.*
- *El desconocimiento del proyecto, la oferta de establecimientos en qué se pueden "gastar"*
- *No lo creen suficientemente*
- *Visibilidad, ofertas de productos*

La pregunta 22 era para saber las dificultades que enfrenta esta moneda social y se obtuvieron las siguientes respuestas:

- *Que hay pocos profesionales que la acepten: pocos lugares donde utilizarla*
- *Que puedan comerciar entre ellos, es un problema de masa crítica*
- *Que no encuentren proveedores a quienes puedan pagar en turuta*
- *La forma de registrar*
- *Actualizar los intercambios*
- *Crisis actual*
- *La falta de confianza, desconocimiento por parte de los comerciantes / profesionales*
- *Falta de tiempo y que no participe el Euro*
- *No lo sé*
- *La dificultad de la información*
- *La falta de clientes en turuta*
- *Vencer el miedo a practicar cambios; cambiar los paradigmas empresariales vigentes; no ver obstáculos legales y fiscales*
- *Acumulan rápidamente muchas turutas y después no saben qué hacer con éstas*
- *...Quizá contestarían los que siga la contabilidad*
- *Muy pesado tener que hacer el cálculo, apuntar y pasar por la OCL. Tiempo que implica que los otros clientes tengan que esperar*
- *Quizá el temor a que disminuyan sus ingresos en euro, desconocimiento del proyecto*
- *La gestión de la doble contabilidad, el traspaso de los movimientos a la cuenta personal*
- *No creen mucho. Falta la masa monetaria en circulación*
- *Gastos: tasas e IVA, alquiler del local – recelosos de un sistema 'alternativo'*
- *El desconocimiento*

La pregunta 23 era para recoger opiniones sobre cómo aumentar el número de los socios y hubo las siguientes respuestas:

- *Dar a conocer, dar información*
- *Vendrían como consecuencia de más tiendas*
- *Dar a conocer con microvídeos (30 segundos) experiencias de éxito.*
- *La gente veía que con la turuta se puede comprar muchas cosas. Sobre todo el más básico, alimentos.*
- *Ofrecer muchas ofertas profesionales y comercios donde se pueda gastar la turuta*
- *Pues, un trabajo, por parte de la OCL con el Ayuntamiento para divulgar la moneda social*
- *Hacer promociones en oficinas de Turuta, ferias, etc.*
- *Encontrar más ofertas profesionales (incluso el comercio)*
- *Dar charlas a los vecinos y comercios y demostraciones de las aplicaciones prácticas de la turuta*

Capítulo 7: estudios de campo

- *Informar y que haya más comercios, servicios y proyectos*
- *Que todos y todas las socias sean prescriptores. No se hace en la manera que debería.*
- *Mejorar la comunicación de la turuta, sobre todo externa*
- *No dedicaría esfuerzos en este sentido. Quien tiene inquietudes en alternativas sociales y sostenibles, ya llegará a la turuta tarde o temprano. Lo que sería interesante es captar más comercios o administraciones donde se pueda usar la turuta*
- *Aparte de creer en la idea, que la vean cómoda de practicar.*
- *Dar a conocer la turuta a la población, un artículo al Diari de Vilanova que trata del tema, propaganda a los buzones, más boca a boca...*
- *Más opciones para gastar y generar turutas*
- *Informar a la población sobre la existencia de este proyecto. Ampliar los comercios*
- *Cooperación con el Banco del Tiempo. Hacer alguna obra a la comunidad*
- *No sé si hay que "captar" más socios. Tiene que ser un proceso de maduración personal*

Por último, el autor pidió otras opiniones sobre esta moneda en la última pregunta "Deje cualquier comentario sobre la Turuta si quiere" y recibió las siguientes respuestas.

- *Gracias a los socios de la turuta he hecho buenas amistades, he tenido faena, y me han dado soporte, en mis momentos bajos, sale de la turuta cuando no he tenido más aportación en euros. Estoy muy agradecida.*
- *La Turuta pone en valor a todas las personas no por lo que tienen sino por lo que son. Y nos da la oportunidad de dedicarse a proyectos, nos solidariza con los compañeros.*
- *Enseñar la turuta a la gente joven, a partir de los 16 años*
- *Gracias por esta oportunidad de participar y desarrollar este proyecto social*
- *(En) Cualquier ciudad en transición es bueno que disponga de moneda social*
- *Estoy en el proyecto desde el inicio. Me atrae especialmente, sentirme partícipe de la modesta posición de la ciudadanía de un proyecto de transformación social. Creer que proyectos como la Turuta pueden provocar grandes cambios y pueden ayudar a construir la comunidad*
- *Poco a poco irá creciendo.*
- *Creo que aumentaría el intercambio de productos con otros colectivos de monedas sociales*
- *Espero participarlo más en breve*
- *Quizá si en el momento de registrar las turutas existiera una clase de código informático que sumase / restase automáticamente los movimientos, sobre todo a*

las tiendas que tienen muchos movimientos, sin tener que pasarlos a posterior, evitarían problemas de traspaso de información y la pereza de traspasarlos.

- *Es necesario que se pueda cooperar con otros sistemas de intercambio social y local*

7.2.2. Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV)

Xarxa XXIV es una red de distintas ecoxarxes (ecoredes) en las provincias de Castellón y Valencia que aceptan mutuamente su moneda social Eco, principalmente en sus ferias quincenales. En octubre de 2014, aproximadamente un año antes de la realización de esta encuesta, contaban con 1.865 socios y hasta ese mes se habían realizado 31.507 transacciones para intercambiar 418.089 Ecos. Véase 4.4.1 para más detalles.

El autor de la tesis asistió a la Asamblea General en Meliana el 05 de julio y la de Castellón el 26 de julio de 2015 para pedir a los presentes a rellenar el cuestionario por vía telemática (Google Documentos). Solicitó, además, a los coordinadores de estas asambleas que invitasen a otros socios ausentes a rellenar este cuestionario telemático que se mantuvo abierto hasta el 31 de agosto.

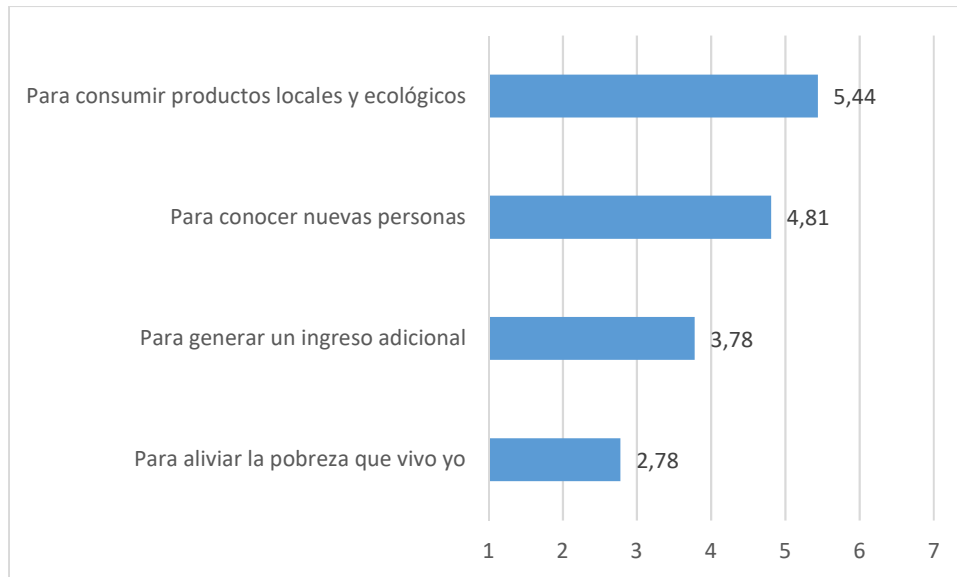
El autor consiguió recibir el total de 32 respuestas, o sea un 1,7% de los 1.865 socios registrados en octubre de 2014 (Tabla 30):

Tabla 30: Perfil de los encuestados de Xarxa XXIV

Variable	Estadísticos descriptivos	Valor	%
Profesiones etc.	Empleados	10	31,3
	Jubilados	5	15,6
	Desempleados / parados	5	15,6
	Autónomos	3	9,4
	Ama de casa	1	3,1
	Otros (dos estudiantes, broker de materia primas, pensionista por discapacidad, monitor deportivo a tiempo parcial, profesor y activista social y agricultor)	8	25,0
Red a que pertenece cada encuestado	Horta Sud	11	35,5
	Meliana	8	25,8
	Sol Patraix	4	12,9
	Plana Baixa	3	9,7
	Castellón	2	6,5
	CES	2	6,5
	VNHN	1	3,2
Participa desde	2011 o antes	4	12,5
	2012	11	34,3
	2013	10	31,3
	2014	5	15,6
	2015	2	6,3
Género	Hombre	22	68,8
	Mujer	10	31,3
Edad	- 29	4	12,5
	30 - 39	11	34,4
	40 - 49	6	18,8
	50 - 59	6	18,8
	60 - 69	5	15,6

La Pregunta 1 sobre la motivación se redujo a sólo cuatro elementos y cada uno obtuvo las siguientes puntuaciones (Gráfico 9):

Gráfico 9: motivos de participar en Xarxa XXIV

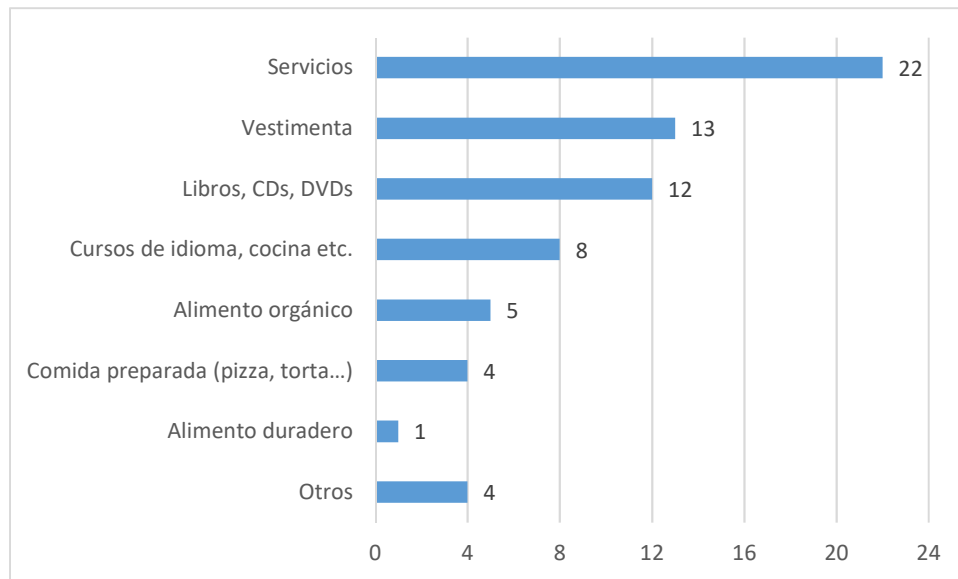


Se realizó la pregunta 2 para recoger las propias voces de los encuestados y hubo 25 expresiones diferentes. 18 eran relacionadas con la creación de alternativas al sistema económico actual de consumismo (inclusa una que se limitaba al rechazo del consumismo) y dos eran sobre la autogestión, además de menciones sobre la soberanía monetaria, sobre el desarrollo de proyectos y productos, sobre la promoción de sus propios productos y sobre el ecologismo.

La pregunta 3 tenía como intención la gama de productos y servicios que se ofrecía en esta red de intercambio y se obtuvo el siguiente resultado (Gráfico 10):

Gráfico 10: bienes y/o servicios que se ofrecen en Eco

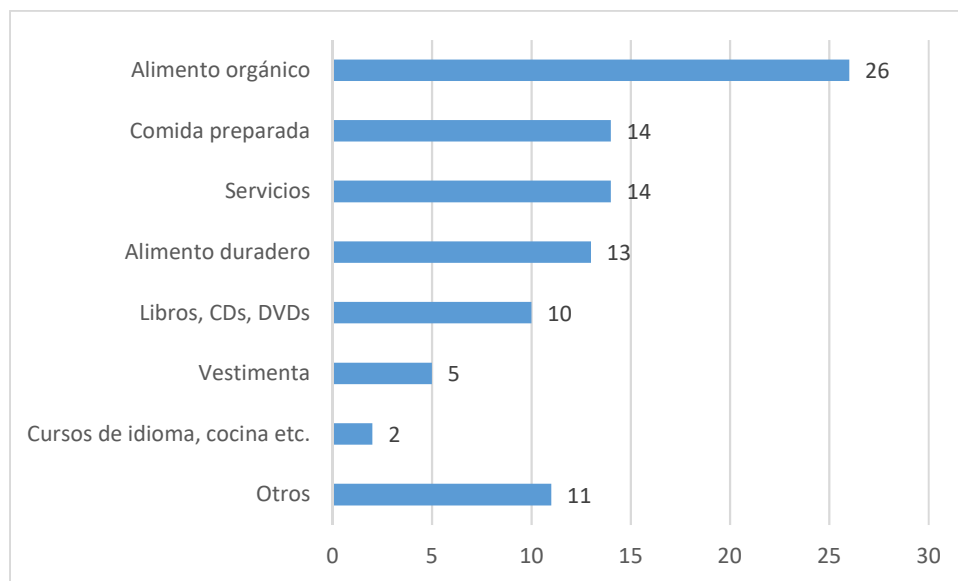
Capítulo 7: estudios de campo



Como "otros", hubo respuestas de "detergente artesano", "restauración de muebles", "bisutería/alcohol de Romero" y "almohadillas térmicas de semillas naturales."

La pregunta 4 se enfocaba en conocer el perfil del consumo y se obtuvieron las siguientes respuestas (Gráfico 11):

Gráfico 11: bienes y/o servicios que se obtienen en Eco



En "otros" seis personas mencionaron los productos de limpieza e higiene (tales como jabones y aceites de esencia) (6) mientras que cuatro se refirieron a servicios de salud. Además, se ofrecieron la impresora, el alquiler, la peluquería y la tecnología.

La pregunta 5 se centraba en el cambio del comportamiento como consumidores (Tabla 31):

Tabla 31: Porción de transacciones en Xarxa XXIV que se produjeron gracias a Eco

Menos de un tercio	Entre un tercio y dos tercios	Dos tercios o más
25	6	1
78,1 %	18,8 %	3,1 %

Si bien el cambio del comportamiento no era significativo para la mayoría de los socios, lo es para algunos.

La pregunta 6 era para medir el tamaño de transacciones por mes (Tabla 32):

Tabla 32: Transacciones por mes por los encuestados de Xarxa XXIV

<50	50 a 99,99	100 a 199,99	200 a 299,99	300 a 499,99	500 o más
20	5	0	1	2	4
62,5 %	15,6 %	0	3,1 %	6,3 %	12,5 %

Se observa una bipolarización entre los que ganaban menos de 100 Ecos y los que ganaban 200 Ecos o más.

El objetivo de la pregunta 7 era aclarar el impacto económico de Xarxa XXIV (Tabla 33):

Tabla 33: Impacto económico de Xarxa XXIV en la vida de los encuestados

Estadísticos descriptivos	Valor	%
Yo podría vivir económicamente bien sin Xarxa XXIV, pero ahora vivo aún mejor.	16	50,0
De todas formas podría sobrevivir sin Xarxa XXIV, pero puedo vivir una vida mejor.	15	46,9
Estoy sobreviviendo justamente gracias a Xarxa XXIV, sin esta red no llegaría al fin del mes.	0	0
Xarxa XXIV me está aliviando la situación económica, aunque no es suficiente para que yo llegue al fin del mes.	1	3,1

Se ve claramente que prácticamente todos los encuestados vivían una vida económicamente afluente, o sea la XXIV no llegaba a la parte más marginada de la población.

La pregunta 8 tenía como meta determinar el porcentaje de transacciones hechas dentro y fuera de las ferias, y se obtuvo el siguiente resultado (Tabla 34):

Tabla 34: Porción de transacciones hechas dentro y fuera de las ferias por los encuestados de XXIV

Estadísticos descriptivos	Valor	%
Totalmente en ferias	5	15,6
Más de dos tercios de eco en ferias	19	59,4
Entre un tercio y dos tercios de eco en ferias	2	6,3
Menos de un tercio de eco en ferias	6	18,8

Se ve que la mayoría (24 sobre 32) de los encuestados ganaban al menos dos tercios de ecos en las ferias, lo que constata la relevancia de este evento, aunque existía un porcentaje importante de personas que vendían principalmente fuera de las ferias.

Se realizó la pregunta 9 para fijar la opinión de los socios en cuanto a la participación de los comercios locales y se obtuvieron las siguientes respuestas (Tabla 35):

Tabla 35: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre la participación de comercios locales

Estadísticos descriptivos	Valor	%
Xarxa XXIV es una red exclusiva de productos ecológicos, entonces no me interesa que participen peluquerías / vendedores de ropas / librerías etc.	0	0
Xarxa XXIV debería aceptar todos los comercios locales siempre y cuando acepten todas nuestras normas	23	71,9
Xarxa XXIV debería ser flexible en su mecanismo, por ejemplo por permitir la conversión de Eco por Euro, para que entren los comercios locales.	9	28,1

La mayoría de los socios estaban contentos con la práctica actual, aunque una minoría mostró el consenso a la posibilidad de vincular eco con euro para que participasen más comercios.

La Pregunta 10 planteó la posibilidad de crear un almacén para permitir la emisión de eco respaldado con los productos depositados, y los encuestados estuvieron casi unánimemente a favor de esta propuesta como se ve a continuación (Tabla 36):

Tabla 36: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre la posible creación de un almacén

Sí	No	No lo sé
26	1	5
81,3%	3,1 %	15,6 %

La Pregunta 11 se enfocaba en la disponibilidad de relacionar este medio de intercambio con smartphone a través de una aplicación, y se obtuvo el siguiente resultado muy a favor (Tabla 37):

Tabla 37: Opiniones de los encuestados de Xarxa XXIV sobre el uso de apps en smartphone

Sí	No	No lo sé	No tengo Smartphone
17	3	5	75
53,1 %	9,4 %	15,6 %	21,9 %

Se puso la Pregunta 12 para fijar el grado de la disponibilidad de los socios a reconocer el valor añadido de los productos disponibles en la red. El resultado que se demuestra a continuación indica que más que la mitad de los socios estaban sólo dispuestos a pagar un valor marginal (10 a 25 %) a los socios, aunque una minoría importante (9 / 32) estaba lista para ofrecer mucho más (Tabla 38):

Tabla 38: Porcentaje del valor añadido reconocidos por los encuestados sobre los productos y/o servicios en Xarxa XXIV

0 %	10 %	25 %	50 %	100%
3	14	6	4	5
9,4 %	43,8 %	18,8 %	12,5 %	15,6 %

La pregunta 13 señalaba las demandas que todavía no estaban satisfechas en el momento de la encuesta y se enumeraron los siguientes productos y servicios (número de respuestas entre paréntesis):

- *Alimentos, comida preparada, cerveza y gastronomía (7)*
- *Servicios de reparación (2)*
- *Servicios relacionados a Internet (2)*

También hubo respuestas de una persona sobre salud, electricidad, teléfono, segunda mano, hogar, servicios básicos, ayuda en agricultura, notario, pero lo más destacable era el comentario que insistía en la importancia de crear una tienda para facilitar el intercambio (véase la Pregunta 10).

En cuanto a las medidas para captar más socios (Pregunta 14), se presentaron tales propuestas:

- *En esto, nuestro grupo, ha sido muy conservador. No hemos intentado captar socios hasta no tener una experiencia razonable sobre el funcionamiento. El crecimiento ha sido por el boca a boca, gente que venía a los mercados y las pocas charlas que nos han solicitado. Posiblemente después del verano si nos*

planteemos fomentar la captación de nuevos socios y ahí tenemos varios campos pendientes de trabajar: asociación de comerciantes, de vecinos, amas de casa, ... colegios, institutos, escuela de adultos, ¿El problema? Gente preparada y con ganas de tra-bajar en la promoción.

- *Conseguir que los comercios locales y las administraciones públicas gasten la moneda. Campañas publicitarias.*
- *Mayor difusión mediante charlas, encuentros y en redes sociales. Implicación de gobiernos locales. Subvencionar profesionales para publicitar.*
- *Darse más publicidad en eventos como ferias comerciales locales.*
- *Publicidad en medios adecuados.*
- *Charlas en asociaciones de vecinos.*
- *Videos del funcionamiento de la xarxa y su difusión en facebook, etc.*
- *Publicidad*
- *Publicidad, más ferias*
- *Creo que hay que usarlo personalmente más, pasarlo bien, disfrutarlo, y contarlo a todo el mundo, Creo que la gente se acerca a los lugares donde hay ya gente pasándolo bien y alegre. Creo que desde que conozco el CES no ha parado de crecer, sin prisa pero sin pausa.*
- *Me importa más la calidad de los socios que la cantidad*
- *Hacer promoción de la red en comercios locales.*
- *"Lo que ya se está haciendo: mercados de intercambio, presencia en blogs, grupos de facebook, el boca a boca de los propios socios.*
- *Es importante de que el crecimiento sea controlado, que todo el que entre sepa donde se está metiendo, que entiendan bien el funcionamiento.*
- *Hoy en día, a quien le interese el tema por su filosofía de vida lo va a encontrar y va a poder entrar sin problemas.*
- *Mayor difusión. Mejor recepción.*
- *Información más habitual en los mercados de intercambio y en las redes sociales de internet.*
- *Todavía no tengo bastante experiencia porque he entrado hace poco, pero creo que habría que dirigirse a las asociaciones ya existentes, colectivos... (vecinos/as...)*
- *Que se diese más a conocer.*
- *Ser una red más efectiva y con mayor demanda.*
- *Informar sobre la alternativa de la moneda social.*
- *Pagaría un sueldo a personas que tienen pocos ecos para que organicen buenos mercados.*
- *Haría un newsletter que informe de las ofertas y demandas para dinamizar la red y potenciar sobretudo los servicios que la gente ofrece (trabajo) por encima de los productos.*

- *Hacerlo propio, llevarlo realmente a la práctica diaria y pasar la voz*
- *Mejor publicidad inclusiva*
- *Priorizar el eco sobre el euro. Preguntar a cualquiera que nos pueda ofrecer algo si los acepta. Preguntar a cualquiera a quien podamos ofrecer algo si los utiliza. Hablar del tema. Acudir a los mercados. Impartir charlas. Impartir talleres de uso del CES. Concienciar a la gente de los defectos del euro.*
- *Difusión, eventos...*
- *Establecer oficinas permanentes donde la gente pueda ir a informarse y apuntarse.*

Se añadió la Pregunta 15, dado el nuevo contexto de cambio tras las elecciones municipales y regionales realizadas el 24 de mayo de 2015, para ver qué esperaban los socios desde las políticas públicas, y se obtuvieron las siguientes respuestas:

- *Personalmente me gustaría que las instituciones las apoyaran pero que no las creen, ni las controlen, ni se las apropien. Considero que es muy importante que mantengamos la independencia de las monedas.*
- *Desde mi modesta opinión, los ayuntamientos deberían darse de alta como cualquier otro usuario y utilizar su cuenta como utilizarían una cuenta en euros., considerar que servicios pueden ofrecer y cuales pueden demandar en moneda social.*
- *En el caso de un ayuntamiento como el de Meliana, el ayuntamiento podría empezar ofreciendo la opción de moneda social en pequeños pagos de manera que las personas decidan si prefieren hacerlo en euros o ecos: matrículas a las diferentes escuelas municipales (escuelas deportivas, escuela de adultos, escuela de danza, teatro, Kodaly, etc.); entradas a conciertos, obras de teatro, las tarifas del polideportivo ... Por otra parte, podría demandar en ecos o ecos/euros: personal para trabajos puntuales: pequeñas reparaciones, para organizar algún evento, etc.; se podría considerar llegar con moneda social a donde los presupuestos no llegan en servicios sociales, en organización de espectáculos, etc.*
- *Unas personas de nuestro grupo están preparando un proyecto para el ayuntamiento de un pueblo vecino que me parece interesante. La idea es un comedor social donde aquellas personas que tengan capacidad de trabajar, no reciban la comida de manera gratuita, si no por una cierta cantidad de ecos. Si sale adelante ya te comentaré más.*
- *Las que estén comprometidas con la justicia social, el respeto de los derechos humanos y la economía justa y sostenible. Aplicación y apoyo de proyectos eco responsables y de moneda social.*
- *Utilizar moneda social para movilizar fuerza de trabajo a fin de aumentar el bienestar social.*
- *Gratuidad en la enseñanza y en la salud, viviendas sociales, etc.*

- *Subvenciones y colaboración.*
 - *Facilitar la celebración de mercados.*
 - *Ayudar a difundir la moneda social y la celebración de mercados.*
- *Políticas de acostumbrar a la gente a no ser tan egoísta y enseñar a la ciudadanía a compartir y disfrutar de los bienes comunes y menos de los privados.*
- *Apoyo y fomento de las redes que ya existen, facilidades para organizar los mercados-ferias, y no injerencia en las gestiones-administración de las redes de intercambio. Creo que es muy importante mantener la independencia de las instituciones, aun contando con su apoyo.*
- *Creo que lo mejor que pueden hacer es no obstaculizar*
- *No me interesa que el estado promueva las monedas sociales, solo lo haría para su propio beneficio que sería el de recaudar impuestos.*
- *Facilidades a la hora de dar permiso para el uso gratuito de espacios públicos para reuniones y mercados*
- *Presupuesto para trípticos que estuvieran expuestos en los edificios públicos municipales tipo bibliotecas*
- *Anuncio de los mercados y actividades de la moneda social en los edificios públicos y webs oficiales*
- *Total autonomía en el funcionamiento*
- *Que se promoviese mucho en zonas rurales, ya que se movería muy bien y facilitaría la vida de muchas personas, sobre todo de gente mayor.*
- *Economía del Bien Común. Moneda Social relacionada con el Ayuntamiento.*
- *Que alguna parte de las obligaciones ciudadanas se pudiesen pagar con trabajo social para los ciudadanos con menos recursos económicos.*
- *Tengo que informarme mejor de las posibilidades existentes.*
- *Que se reconociesen las monedas sociales y se facilitasen lugares de intercambio*
- *Ninguna, al César lo que es del César.*
- *Respeto a los derechos de las personas*
- *Políticas sociales: renta básica, educación y sanidad públicas. Bancos del tiempo. Cooperativas.*
- *Publicidad de mercados, información sobre moneda social en general accesible a la población. Posibilitar algún pago de impuestos en moneda social.*
- *Cesión de espacios para proyectos y puntos de encuentros para consumo justo, ecos, euros y trueque.*
- *Difusión de la existencia de las monedas sociales y de las convocatorias de mercados.*
- *Ausencia de trabas al intercambio (por ejemplo, no prohibir el intercambio de alimentos en los mercados).*
- *Acceso libre y gratuito a Internet (lo cual facilitaría el intercambio a la gente).*
- *Fomento del comercio de proximidad.*

- *Políticas de información sobre las monedas sociales, fomentar su uso en Ferias y actividades públicas.*

Por último, se añadió la Pregunta 16 como espacio libre para que comentasen los socios.

- *Puede que no sea la persona más idónea para hablar sobre la XXIV, conozco demasiado bien sus virtudes y sus defectos, pero en general creo que se ha hecho un trabajo aceptable. Ahora hay que seguir trabajando para ampliarla y mejorarla. Yo diría que hemos superado la fase experimental y ahora hay que pasar a otro nivel.*
- *Reúne a gente de similares ideas, ecológicas, referidas tanto a sus productos como a sus servicios así como a su modo de vida, lejos del mero mercantilismo.*
- *Es estupenda.*
- *Hemos avanzado a buen ritmo sin hacer ruido. En la prensa apenas se nos conoce, pero estamos creciendo adecuadamente, hemos alcanzado una oferta bastante variada y estamos sosteniéndonos ya varios años y esto parece que va a durar bastantes más.*
- *Me parece muy interesante, pero queda mucho trabajo por hacer.*
- *Me parece maravilloso que exista, me parece que tiene un gran potencial que se va a desarrollar a la velocidad que marquen nuestras necesidades y nuestra transformación personal. De momento, es una herramienta que permite comprobar experiencialmente que hay otras formas de organizarnos, tantas como seamos capaces de imaginar! GRACIAS POR EXISTIR!! :)*
- *Necesita promocionarse más para que haya más mercados en distintos barrios y/o localidades al mismo tiempo.*
- *Estoy encantada, funciona muy bien y es gente fantástica, muy buena experiencia humana.*
- *Cuando no llegamos a la xarxa hay que ver la forma que la xarxa llegue más a nosotros.*
- *Es una organización importante para seguir adelante con una nueva economía social.*
- *Todo por hacer, dependerá de la participación, pero lo poco que se hace ya es positivo.*
- *Un espacio donde no solo trabajar el aspecto económico, sino crear sinergias de sociabilización y corresponsabilidad.*

7.2.3. El Túmin (México)

El Túmin es una MSC que nació en Espinal (Veracruz), México en 2010 entre diferentes activistas y profesores de la Universidad Veracruzana Intercultural (UVI) sin contar con la participación institucional. Después se expandió este sistema no sólo a otras ciudades

del mismo estado sino también a otros estados mexicanos. En diciembre de 2016, unos meses después de la realización de este estudio, el sistema cuenta con 1.217 socios registrados. Véase 4.6.4 para más detalles.

El autor visitó diferentes lugares de México entre el 11 y el 15 de abril de 2016 donde funcionaba esta moneda social, realizando encuestas en las siguientes ciudades al pasar el cuestionario impreso (Anexo 4) a los asistentes y pedirles a rellenarlo:

- **Lunes, 11 de abril:** Papantla (Veracruz) donde asistieron también tumistas desde Poza Rica que está a 20 kilómetros.
- **Martes, 12 de abril:** Espinal (Veracruz) donde nació esta MSC.
- **Jueves, 14 de abril:** Xalapa (Veracruz)
- **Viernes, 15 de abril:** Puebla (Puebla)

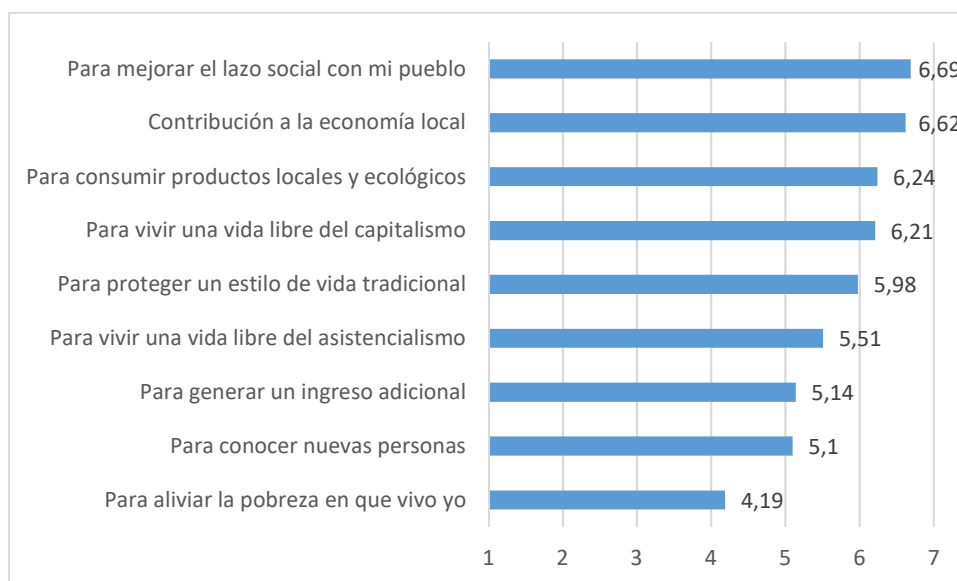
El autor consiguió recibir el total de 43 respuestas (3,5 % de los tumistas registrados). La Tabla 39 demuestra sus detalles.

Tabla 39: Perfil de los tumistas encuestados

Variable	Estadísticos descriptivos	Valor	%
Profesiones etc.	Autónomos	14	32,6
	Empleados	9	20,9
	Comercios	8	18,6
	Jubilados	3	7,0
	Parados	3	7,0
	Ama de casa	2	4,7
	Otros (tres estudiantes y un docente)	4	9,3
Municipio	Papantla, Veracruz	17	39,5
	Puebla	9	20,9
	Poza Rica, Veracruz	6	14,0
	Xalapa, Veracruz	6	14,0
	Espinal, Veracruz	5	11,6
Participa desde	2010	7	28,0
	2011	0	0
	2012	1	4,0
	2013	3	12,0
	2014	1	4,0
	2015	8	32,0
	2016	5	20,0
	No contesta	18	N. a.
Género	Hombre	17	39,5
	Mujer	26	60,5
Edad	- 29	9	20,9
	30 - 39	8	18,6
	40 - 49	12	27,9
	50 - 59	9	20,9
	60 - 69	5	11,6

La Pregunta 1 sobre la motivación se amplió a nueve elementos y cada uno obtuvo las siguientes puntuaciones (Gráfico 12):

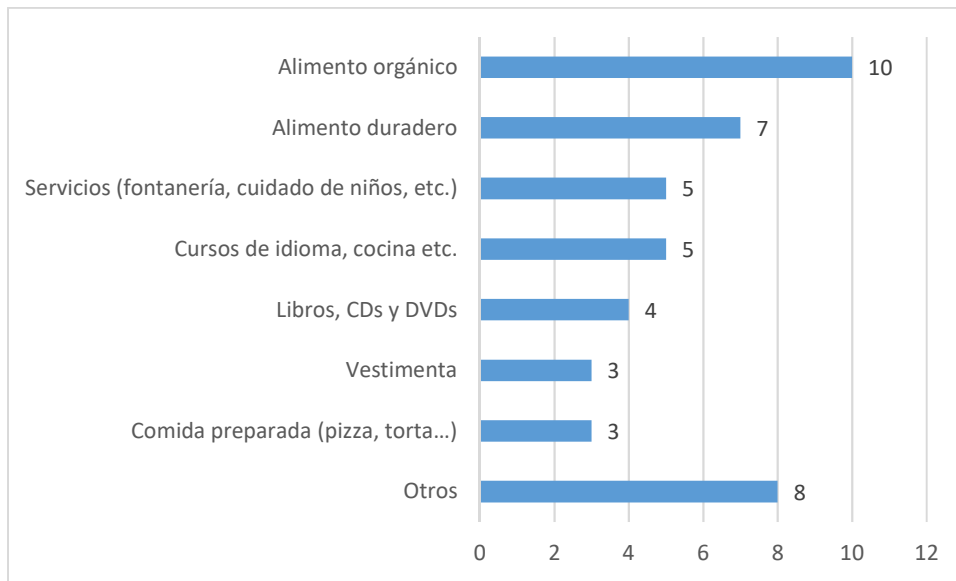
Gráfico 12: motivos de los encuestados de participar a El Túmin



Se realizó la Pregunta 2 para recoger las propias voces de los encuestados y hubo 35 expresiones diferentes. Lo más destacable era la cantidad de voces relacionadas con la cohesión social (14), seguidas por las de anticapitalismo / rechazo al peso mexicano y/o la banca (7), las de conseguir clientes (5), las de desarrollo comunitario (4), las de buscar alternativa (3), la de comprar productos más económicos, la de conseguir producto sano y la de conseguir la autonomía (1 respectivamente). La participación de activistas y comercios locales explicaba esta curiosa convivencia de estas opiniones (las anticapitalistas y las que mostraban interés mercantil).

La Pregunta 3 tenía como intención la gama de productos y servicios intercambiados y se obtuvo el siguiente resultado (Gráfico 13):

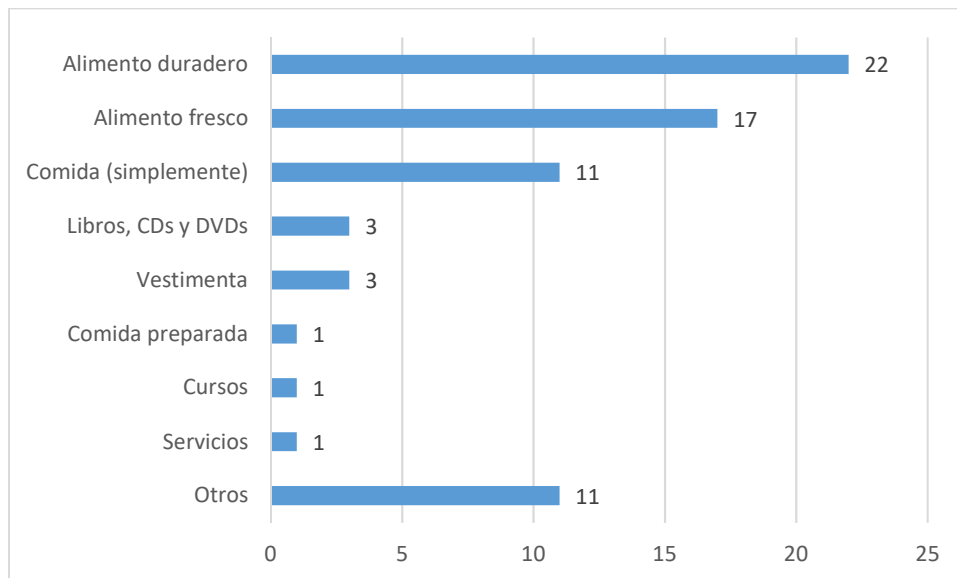
Gráfico 13: bienes y/o servicios que se ofrecen en túmin



Como "otros", hubo cuatro respuestas relacionadas con la medicina (incluso la tradicional y/o alternativa), dos de artesanías y una de mueble y de pintura, respectivamente.

La pregunta 4 trató del consumo de los tumistas y se dio a conocer el siguiente resultado (Gráfico 14):

Gráfico 14: bienes y/o servicios que se obtienen en túmin



En “otros” cuatro personas mencionaron artesanías y productos de higiene respectivamente, seguidos por la medicina alternativa (2), yoga (1), accesorios cocina (1) y herbolaria (1).

La pregunta 5 se centraba en el cambio del comportamiento como consumidores (Tabla 40):

Tabla 40: Porción de transacciones que se produjeron gracias a túmin

Menos de un tercio	Entre un tercio y dos tercios	Dos tercios o más	N. C.
12	7	20	4
30,8 %	17,9 %	51,3 %	N. a.

Es relevante el porcentaje elevado de los consumidores que cambiaron su comportamiento con el uso de esta MSC.

La pregunta 6 era para medir el tamaño de transacciones (Tabla 41):

Tabla 41: Transacciones por mes en túmin por los encuestados

<100	100 a 199	200 a 299	300 a 499	500 a 999	1.000 o más	N. C.
26	7	2	3	1	1	3
65,0 %	17,5 %	5,0 %	7,5 %	2,5 %	2,5 %	N. a.

Hubo 33 tumistas entre 40 que contestaron que sus transacciones mensuales no llegaban a 200 Túmin (aproximadamente 10 euros, en el momento de la visita), lo que significa que el impacto económico de esta MSC no era significativo para su vida.

La Pregunta 7 pretendía aclarar el porcentaje de aceptación en túmin (Tabla 42):

Tabla 42: Porcentaje de aceptación en túmin por los encuestados

0 %	10 %	15 %	20 %	30 %	50 %	100 %	10 a 50 %	N. C.
1	9	1	4	3	2	10	1	12
3,2 %	29,0 %	3,2 %	12,9 %	9,7 %	6,5 %	32,3 %	3,2 %	N. a.

31 tumistas especificaron el porcentaje, que variaba de 0 a 100 %, incluso una respuesta ambigua de “10 a 50”. El promedio sería el 45,8 %, aunque se ve claramente

tres tipos de grupos: 1) sólo aceptaba el mínimo (10%), 2) aceptaba un poco más del mínimo (20 a 50%) y 3) aceptaba totalmente.

El objetivo de la pregunta 8 era medir el impacto económico que ofrecía esta moneda (Tabla 43):

Tabla 43: Impacto económico a los tumistas encuestados

Estadísticos descriptivos	Valor	%
Yo podría vivir económicamente bien sin El Túmin, pero ahora vivo aún mejor.	13	33,3
De todas formas podría sobrevivir sin El Túmin, pero puedo vivir una vida mejor.	17	43,6
Estoy sobreviviendo justamente gracias a El Túmin XXIV, sin esta red no llegaría al fin del mes.	4	10,3
El Túmin me está aliviando la situación económica, aunque no es suficiente para que yo llegue al fin del mes.	5	12,8
No contesta	4	N. a.

Si bien la mayoría de las personas (30 / 39) contestaron que ya vivían bien, era significativa la existencia de personas que expresaron sus dificultades económicas.

Se planteó la pregunta 9 para sondear las opiniones de los tumistas en términos de la relación entre su moneda y la oficial, y se obtuvieron las siguientes respuestas (Tabla 44):

Tabla 44: Opiniones de los tumistas encuestados sobre la relación entre túmin y peso

Estadísticos descriptivos	Valor	%
1) Sería mejor que túmin fuera canjeable en peso para que los comercios locales pudieran pagarles a los suministradores externos.	10	25,0
2) Estoy contento/a de que túmin no sea canjeable con peso, aunque se mantiene la paridad (1 túmin = 1 peso).	19	47,5
3) Sería mejor que túmin equivaliera al trabajo digno (por ejemplo: 1 túmin = 1 hora de trabajo) en vez del peso.	10	25,0
No Contesta	3	N. a.
1) y 3)	1	2,5

La respuesta más frecuente era la satisfacción con el sistema actual, pero había preferencias para ambas direcciones también: se empataba la de más radicalidad (desvinculación entre peso y Túmin aún medida de valor) y la de menos radicalidad (respaldo de peso para cada Túmin emitido).

La Pregunta 10 intentaba sondear si se ofrecía una gama suficiente amplia de productos y servicios en Túmin y se obtuvo el siguiente resultado. Se ve que el grado de satisfacción no era suficiente y hacía falta hacer mayores esfuerzos para incluir más variedad de comercios (Tabla 45):

Tabla 45: Opiniones de los tumistas encuestados sobre la utilidad de su MSC

Estadísticos descriptivos	Valor	%
El Túmin ya ha conseguido una variedad de comercios y prácticamente puedo gastar esta moneda sin problema.	12	28,6
El Túmin ya ha conseguido una variedad de comercios, aunque hay productos y servicios importantes que todavía no puedo comprar en esta moneda.	13	31,0
El Túmin todavía no ha conseguido una variedad suficiente de comercios y tengo dificultad en gastar esta moneda.	17	40,5
No Contesta	1	N. a.

Las Preguntas 11 y 12 tenían como objetivo medir la utilidad de la Casa del Túmin, además de escuchar a sus voces, y se obtuvo el siguiente resultado, mostrando que los tumistas estaban principalmente satisfechos, aunque esta institución todavía no cubría todos los pueblos. Hubo 22 respuestas con evaluación y el promedio era de 6,45, mientras que 18 contestaron que no la hay en su pueblo. Y se obtuvieron las siguientes respuestas:

- *Aprecio el concepto y admiro el esfuerzo de todos los compañeros involucrados en hacer del Túmin, esto es enriquecedor y se materializa en la Casa del Túmin. Aún pienso que podemos fortalecerlo y que esos mismos productos los podamos encontrar en regiones más accesibles para circular esta filosofía y al Túmin*
- *Es un lugar ideal para comprender el funcionamiento de esta moneda. En definitiva se siente la solidaridad en la casa del Túmin y nos muestra que sí puede funcionar este tipo de trueque*
- *Es un sitio que facilita el intercambio de nuestros productos y servicios*

- *Es importante que pudiera servir para dar más informes y sociabilizar entre socios y con otros grupos*
- *Hacer más casas de Túmin en zonas turísticas para que así las personas conozcan la moneda y los productos de cada región*
- *En Espinal funciona muy bien, con variedad de productos.*
- *Además es un espacio de encuentro*
- *Aunque en Papantla no hay, sí en Espinal y está muy bien pues puedes acceder a productos directamente de productores y a muy buen precio, incluso aceptan 100% Túmin.*
- *No es necesario, pero sí la hubiera, estaría bien*
- *Es una buena opción para mostrar los productos locales y de otras regiones*
- *Si nos sirve para llevar nuestros productos y exhibirlos y a la vez que los compraban también nosotros los intercambiamos con otros*
- *Va bien*
- *todo está en el orden, sin falla*
- *En la casa del Túmin se compra más barato*
- *cómo conozco otras personas, más confianza*
- *Es estratégico como punto de referencia, casa de trueque y centro cultural.*
- *Servicio a socios que no tienen dónde ofertar sus productos*
- *Nos mantiene informados aunque podría ser más activa y ligar a los que manejamos el Túmin*
- *Aunque en Xalapa no hay casa Túmin, conozco la de Espinal y me parece un sitio de encuentro y aprendizaje, no sólo es un lugar de venta*
- *Hace falta más implicación de los usuarios y más impresión de Túmin para que esté más presente*
- *Ha sido muy difícil que los comercios acepten el túmin, todavía nos falta abrir conciencias y dejar de lado la moneda peso. Pero es muy gratificante saber que somos algunos los que perseguimos trabajar con Túmin.*
- *Muy interesante y es necesario para fortalecer las economías locales*
- *Ser participante en este tipo de economía social solidaria me ha hecho entender más a mi "pueblo"*
- *Puedo conseguir varios productos limpios y frascos orgánicos*
- *Me parece una buena manera de salir del capitalismo.*
- *Debemos propagarla*
- *No hay en Puebla, pero conozco la de Espinal y es muy útil y noble.*
- *Es la primera vez que vengo*

Se planteó la Pregunta 13 para comprender el grado de la voluntad y también la disponibilidad de los tumistas a esta nueva tecnología y se obtuvo un resultado bastante favorable (Tabla 46):

Tabla 46: Opiniones de los tumistas encuestados sobre el uso de apps en smartphone

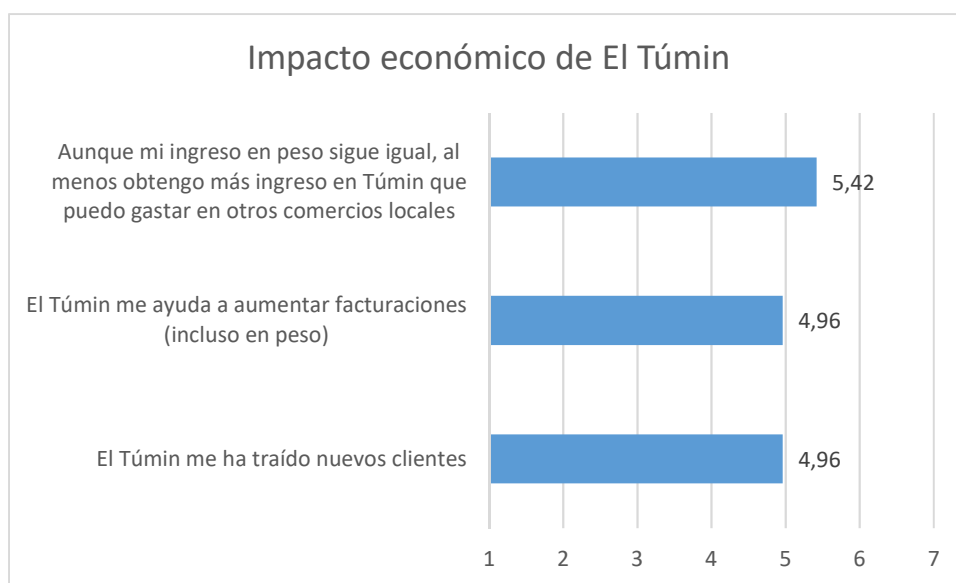
Sí	No	No lo sé	No tengo Smartphone	N. C.
16	10	9	7	1
38,1 %	23,8 %	21,4 %	16,7 %	2,4 %

Sin embargo, hubo dos comentarios negativos sobre el uso del Smartphone.

- *Creo que sería difícil para muchos compañeros*
- *No porque eso es del capitalismo*

Se formuló la Pregunta 14 para evaluar el impacto económico de esta moneda para los comercios locales, y a continuación se muestran las respuestas (Gráfico 15):

Gráfico 15: impacto económico de El Túmin a los comercios encuestados



Se realizaron las Pregunta 15 y 16 para sondear la disponibilidad de los tumistas a utilizar el hipotético servicio de microcrédito en caso de que exista, además de recoger opiniones a este respecto, y se obtuvo el siguiente resultado en términos de esa probabilidad (Tabla 47):

Tabla 47: Grado de interés de los tumistas encuestados a pedir préstamos en túmin

1	2	3	4	5	6	7	Promedio
11	1	4	1	1	4	13	5,42

Las respuestas son bipolarizadas, entre los que detestan la idea de microcrédito y los que aceptan favorablemente. Y se dieron los siguientes comentarios a este respecto:

Respuestas positivas

- *Posiblemente, sí se crearon más sistemas de protección para dicha moneda (falsificación)*
- *Por iniciar nuevos proyectos*

Respuestas negativas

- *Soy poco para los préstamos a mejor dicho evito contraer compromisos con casas de préstamos*
- *Para que el Túmin funcione debe circular, es decir yo debo ofrecer y comprar, de este modo circula siento que el poder prestado frenaría el uso para el cual surgió*
- *La idea de al Túmin no radica en el Tener en el Ser*
- *No requiero*
- *Porque no requiero créditos a préstamos*
- *Creo que sería una manera de mover la moneda. Sin embargo no soy muy partidaria de pedir créditos, creo que el manejo equilibrado del ingreso y el egreso, pero en casos de emergencia será funcional el intercambio de servicios, remarcando el valor de la persona no de la moneda.*
- *Porque sólo aceptan 10 % en cada compra*
- *No porque no se necesita*
- *Prefiero lo que tengo lo que gasto no me interesa crédito*
- *Por que esto es lo que no persigue el Túmin. Tema fuera de contexto.*
- *No me gusta pedir préstamos en general, pero pedirlos en Túmin me parece más "sano" que pedírselo a un banco*
- *No me gusta pedir créditos, prefiero ahorrar*
- *Porque se está volviendo a lo mismo, finanzas sociales en crédito y deuda.*
- *Porque no quisiera generar los mismos procesos capitalistas (préstamo – intereses – cargos)*

Capítulo 7: estudios de campo

- *No me gusta pedir prestado*
- *No quiero*

Otras respuestas

- *A lo mejor por no estar bien informado*
- *Tal vez no sea el momento oportuno para los créditos, a lo mejor cuando se haya consolidado con un poco más de años*
- *Es nuevo*
- *No intereses – capitalismo*
- *Me gustaría saber las condiciones que implicaría % de redito*

La Pregunta 17 tenía como objetivo aclarar las potenciales demandas que se podría satisfacer y se enumeraron diferentes productos y servicios (número de respuestas entre paréntesis):

- *Servicios y productos de salud* (10)
- *Transporte* (5)
- *Alimentos* (4)
- *Servicios públicos (agua, telefonía, luz...)* (4)
- *Vestimenta* (2)
- *Servicios bancarios* (2)
- *Productos naturales* (2)

Y hubo otros mencionados por una persona sola, es decir: educación, impuesto, oficios, alquiler ("renta" en México), servicios profesionales, turismo ecológico y construcción de casas ecológicas.

La Pregunta 18 pretendía cuantificar el valor añadido de este medio de intercambio en comparación con el peso mexicano. En principio esta pregunta era incoherente con el principio de El Túmin que pedía que se ofrecieran productos a precios inferiores en esta moneda, pero curiosamente se obtuvo el siguiente resultado sobre el porcentaje máximo que estaban dispuestos a pagar más (Tabla 48):

Tabla 48: Valor añadido que los encuestados están listos para pagar a los productos y/o servicios en túmin

%	0	5	10	15	20	25	30	50	80	100	Promedio
Valor	3	1	8	1	14	1	4	1	1	1	21,57

Las

respuestas estaban acompañadas por cuatro comentarios, oponiéndose de la misma idea de cobrar más.

La Pregunta 19 se enfocaba en la capacidad de los propios tumistas a aumentar nuevos socios y se obtuvieron las siguientes respuestas (Tabla 49):

Tabla 49: Número de nuevos tumistas aportados por cada tumista

0	1 a 4	5 a 9	10 a 19	20 o más	N. C.
10	7	5	5	6	10
30,3 %	21,2 %	15,2 %	15,2 %	18,2 %	N. a.

La Pregunta 20 recogía las visiones de los tumistas sobre cómo captar más socios y se obtuvieron las siguientes respuestas:

- *Más que captar más interesa que los que ya están estén comprometidos con la economía solidaria y con la propuesta autonómica del Túmin*
- *Darse a conocer, mucha gente no conoce*
- *La oferta de más y más productos siempre que estén de acuerdo en hacer el intercambio*
- *No es necesario*
- *Circular la información, no conozco mucha gente joven involucrada, los jóvenes podrían sentirse identificados con este proyecto en tanto tuvieran acceso a pláticas o material de lectura que le promueva.*
- *Abrir un poco más la información a los productores y prestadores de servicios, darla a través de pláticas y hacerla llegar a las universidades*
- *Nuestra idea no es sumar todos al Túmin sino que cada grupo afín se organice a su modo.*
- *Dando difusión las oportunidades que el propio Túmin puede ofrecer la comunidad misma y la economía local*
- *Difundir más información sobre el Túmin y las monedas sociales*
- *Se debería propagar a cultura del Túmin dentro de los servicios más importantes y hacer el tipo de cambio de moneda*
- *Mayor propaganda y difusión*
- *Promover relación, productos / servicios*
- *Seguir invitando*
- *Dedicar más tiempo a esta actividad*
- *Difundir el uso de la moneda Túmin*
- *Invitar a más gente a participar para que conozcan los beneficios*
- *Ofertar el producto y darlo a conocer a todo el mundo*
- *Formar un consejo regional de intercambio de producto y servicios. Comenzando desde las localidades con necesidades*
- *Casa por casa*

Capítulo 7: estudios de campo

- *Hablar con personas, visitar casa a casa*
 - *Invitándolos a participar*
 - *Poner más anuncios*
 - *Talleres de capacitación*
 - *Invitarlos personalmente*
 - *Que haya más túmins circulando. Es muy limitado la cantidad real que nos dan de tumins, así que es difícil hacer efectivo el cambio, o que sea significativo. Y sería mucho más fácil incluir a más gente.*
 - *Un lugar donde la gente pueda informarse y adquirir el Túmin*
 - *Producir cosas que sean más indispensables y necesarias*
 - *Estar más visibles, más disponibles. Charlas informativas a público interesado.*
- Difusión*
- *Rasguñamos el sistema los que queremos Túmin pero este acompañamiento de dinero gana a la mayoría de ciudadanos*
 - *Hacer redes*
 - *Más información, difusión*
 - *Más información, en redes sociales invitar a escuelas educar niños*
 - *Ofrecer conferencias para promover el uso del Túmin y sus beneficios*
 - *Dar a conocer la moneda y sus beneficios*
 - *Más difusión y más túmin*
 - *Evaluar a tabular el costo de mi servicio y dar la opción*

La Pregunta 21 tenía la intención de comparar opiniones de los tumistas con las de otras monedas españolas en términos de su relación con el sector público y se destaca el hecho de que la visión negativa era predominante. A continuación, se presentan las voces:

- *No esperamos nada del gobierno*
- *Ninguna. Todo debe ser entre comprador y vendedor sin intervención del Estado*
- *En el área educativa, que reforzaran la calidad de ésta*
- *Creo que en la actualidad el tener la libertad de poder realizar estas actividades sin poder estar en estado de alerta por represalia del gobierno nos ayudaría a extender la red.*
- *Desconozco al Estado. No creo que esa institución tenga honestidad, y pervertiría este esfuerzo de intercambio*
- *Oportunidad a flexibilidad para el comercio local aunque conociendo el propio sistema es complicado*
- *Más apoyos a los productores del campo*
- *Los tipos de políticas serían dentro de los tres órganos. La comercialización de servicios a bajo costo que del peso al Túmin.*

- *Ninguna. Hasta el momento el Túmin no ha aceptado ningún tipo de financiamiento o ayuda de ningún gobierno*
- *No quiero que los gobiernos intervengan*
- *Ninguno, el Túmin está bien, siendo autónomo*
- *Encaminadas a ayudar a las mayorías, gente más pobre*
- *La apertura al intercambio de productos locales por servicios de salud*
- *Que se legalicen como moneda y tener validez oficial en toda la República*
- *Dar el espacio a comerciantes de intercambio para realizar actividades del movimiento de los productos y servicios*
- *Que no quiten*
- *Que no desaparezca el Túmin*
- *Que no se meta con el Túmin*
- *Que no prohíban*
- *Más equitativo y plurinominal que debemos preocuparse por los que menos tienen*
- *Que no se metan*
- *Libertad de acción en cuestiones económicas y sociales, ya que mucha gente tiene miedo de usar la moneda alternativa porque creen que el gobierno tomaría acciones en su contra*
- *Ninguna, prefiero la autonomía*
- *Ayuda para puntos de venta de productores*
- *Que no limitaran pues sé que el banco de México ha interpuesto demandas*
- *todas, o si las hay no las conozco*
- *Todo el apoyo nos diera el gobierno pero no es así, no le conviene que existamos*
- *Que hubiera un cambio del peso por Túmin*
- *Aceptar la moneda*
- *Gobierno local*
- *Un entendimiento mayor de lo que es la economía solidaria, no la economía social.*
- *Permitirlo y promoverlo como opción alterna*
- *Apoyos a pequeños productores mediante ferias y/o lugares para comercializar*

El cuestionario terminó con la Pregunta 22 con el fin de que los socios comentasen libremente:

- *En realidad nunca he tenido experiencia con el Túmin, sólo lo que he escuchado y leído en Internet*
- *El encanto del Túmin que yo observo es el valor de la persona, no de la moneda.*
- *El Túmin me ha permitido formar parte de un grupo solidario de apoyo que se ha echado en la espalda la Noble Tarea de cambiar el mundo*

- *Necesario crear más espacios para su propia promoción y generar un campo más amplio*
- *Esta moneda me ha ayudado para conocer un poco más de los productos que produce mi región y de otros lugares*
- *Es muy poco conocido. Toda vez que se comercializa sólo en productos muy pocos usuales*
- *Es una práctica alternativa al capitalismo*
- *¡La solidaridad es la ternura de los pueblos!*
- *Esta moneda me ha ayudado a que mis clientes dejen de ser eso y se conviertan en amigos y compañeros, crea un lazo muy bonito llamado solidaridad, además me ha traído más clientes*
- *Falta más promoción*
- *Es una moneda muy importante que debería crecer más*
- *Que es una moneda que se está ganando cada día más productores para el intercambio de la moneda y el desarrollo de la región*
- *Quiero entrar al mundo Túmin como producto de servicio.*
- *No sabe qué pasará con el Túmin que se mantenga vivo*
- *Que saliera el Túmin manteniéndose vivo y creciendo*
- *El Túmin, cosa de confianza. Conocemos más personas*
- *El Túmin no es perfecto, es lo que puede ser*
- *El Túmin es una moneda alternativa de gran interés porque nos da libertad de pensamiento y acción*
- *Es moneda del pueblo, para el pueblo*
- *El Túmin me parece una excelente alternativa para la economía local, ya que está libre de las fluctuaciones bancarias*
- *El Túmin para mí es una oportunidad de aprender de manera diferente sobre el dinero. También me ha permitido conocer nuevas personas y otras experiencias alternativas*
- *Es una alternativa para salirme del sistema económico. Agradecer que se haya implementado.*
- *Estoy interesada en trabajar mi cooperativa con el Túmin para que mi comunidad lo conozca y se beneficie con el fortalecimiento local.*
- *Es pequeño el mercado, pero va creciendo*
- *Punto fundamental de la economía solidaria*
- *Un gran proyecto. Paso a paso, lento pero seguro.*
- *Simplemente me interesa saber e involucrarme*

7.3. Análisis de resultados por categoría

El apartado anterior se dedicó a la demostración exhaustiva de resultados obtenidos en forma de datos brutos. Esta última parte de este capítulo, y también de esta tesis antes de las conclusiones, los analizará por categoría para extraer algunos elementos que

son considerados como valor por los encuestados de las tres MSCs. En este apartado se analizará, de un modo resumido, los resultados obtenidos a lo largo de 7.2 como fundamento para desarrollar la discusión a presentarse en 7.4.

- **Categoría A (Perfil de los usuarios de cada MSC por profesión, género, edad, tiempo de participación)**

Se señalan ciertas diferencias entre las tres MSCs visitadas. El Túmin contaba con un porcentaje más importante de comercios y autónomos que ambas iniciativas españolas. Se observó la tendencia de dos grupos de socios, de socios nuevos y otros socios con más experiencia. Hubo una disparidad significativa en la distribución por género en la cual la iniciativa valenciana contaba con más hombres mientras que la catalana estaba equilibrada y la mayoría de los tumistas eran mujeres. En cuanto a la edad, la Turuta atraía a personas un poco mayores que las otras MSCs estudiadas.

- **Categoría B (Motivos de participación a la MSC)**

Los encuestados de todas las tres MSCs visitadas mostraron más interés en el desarrollo local y en la cohesión social mientras que el aumento del ingreso personal y la paliación de la pobreza les eran menos relevantes. Se puede interpretar que estos medios de intercambio consiguieron atraer personas con alto nivel de conciencia a su comunidad, o sea la utilidad de las MSCs según los encuestados consistía en fomentar esta comunidad, mientras que estas monedas no solían incluir a los interesados en la utilidad económica. Hará falta diseñar mejor el funcionamiento de estas MSCs si se pretende tratar de temas económicos.

- **Categoría C (Principales productos y/o servicios que se ofrecen y adquieren)**

Los alimentos eran los principales productos adquiridos por los encuestados de todas las tres MSCs mientras que otros objetos (CDs, libros, vestimenta...) y los servicios eran de menor importancia, lo que demuestra que la garantía del acceso a alimentos es un factor determinante para el éxito de las MSCs. En Xarxa XXIV se observó un desequilibrio entre la oferta (principalmente servicios y vestimenta) y la demanda (principalmente alimentos), planteando la necesidad de contar con más producción alimenticia para satisfacer la necesidad de sus socios.

- **Categoría D (Cantidad de transacciones por mes)**

Salvo algunos socios de Xarxa XXIV que facturaban centenares de Ecos por mes, la cantidad de transacciones no era demasiado significativa para la mayoría de los usuarios de las tres MSCs visitadas. Esta pequeña escala económica demuestra que las transacciones en MSCs son nada más que un modesto ingreso adicional para la vida económica de la mayoría de los socios, o sea su *utilidad* económica era bastante limitada.

- **Categoría E (Nuevos productos y/o servicios que los socios no solían adquirir antes de la adhesión a la MSC)**

El Túmin era la única iniciativa que consiguió generar una nueva línea de compraventa mientras que la mayoría de las transacciones por los usuarios de las MSCs españolas ya se realizaban antes de la puesta en marcha de este nuevo medio de intercambio. En otras palabras en base a los constructos, la *utilidad* de las MSCs desde el punto de vista de la adquisición de nuevas líneas de venta no era demasiado significativa.

- **Categoría F (Impacto de la MSC sobre la vida económica de los socios)**

Dados los resultados de las categorías anteriores, no es de sorprenderse que los efectos económicos de Xarxa XXIV y de El Túmin eran modestos, aunque una buena parte de los encuestados admitieron la mejora en su vida económica. Se percibía un grado limitado de la *utilidad* a este respecto, aunque se recomendaría hacer más esfuerzos para estudiar cuáles otras utilidades podrían ser añadidas para aumentar la atracción de las MSCs a este respecto.

- **Categoría G (MSCs y los comercios / autónomos)**

Los tumistas estaban más contentos que los *turutaires* en cuanto a la participación de los comercios locales mientras que los comercios / autónomos no veían más que un nivel moderado de impacto económico para su actividad económica. Así se constata que la utilidad de las MSCs era limitada desde el punto de vista de los comercios / los autónomos.

- **Categoría H (Forma de emisión de MSC)**

Es la categoría más difícil de comparar entre las MSCs visitadas, ya que cada una tenía su propia forma de creación monetaria. La mayoría de los *turutaires* mostraron su satisfacción, aunque curiosamente había voces que indicaban tanto la falta como el exceso de la cantidad de esta MSC creada. Sólo una minoría de los socios de Xarxa XXIV estaban a favor de permitir la conversión entre su MSC y euro mientras que se observaron voces casi unánimes a favor de la creación de un almacén donde los socios pudieran depositar sus productos en cambio a la moneda social. La mitad de los tumistas estaban contentos con la forma actual de crear túmin mientras que hubo un número no desdeñable de opiniones para un acercamiento al sistema monetario oficial (emisión de túmin en base al peso depositado) y también para una posición aún más radical (abandono del uso de peso como referencia de valor). Es demasiado atrevido indicar cuál forma de emisión sería más adecuada para cada MSC, aunque se puede mencionar la importancia de seguir estudiando diferentes modos de creación monetaria para que cada iniciativa adopte el mecanismo más apropiado según sus propios contextos socioeconómicos desde el punto de vista de la *utilidad*.

- **Categoría I (Soporte físico de la MSC)**

Se observó, entre los socios de todas las MSCs encuestadas, un alto nivel de interés por la disponibilidad de una aplicación en el smartphone. De ahí que se recomienda realizar esfuerzos para implementarla con el fin de aumentar la utilidad de este medio de intercambio, aunque queda por solucionar el tema de cómo cubrir costos adicionales en moneda oficial para mantener su operación.

- **Categoría J (Acceso a microcréditos)**

Los *turutaires* no estaban muy interesados en la posibilidad de acceder a microcréditos y sus principales motivos eran el rechazo al endeudamiento y la mera falta de necesidad para tales servicios financieros. Se observaron voces similares entre los tumistas, aunque curiosamente bastantes personas estaban a favor de pedir préstamos en túmin. En 7.4 se desarrollará más sobre la implicación de este resultado en el contexto del desarrollo de las propias MSCs.

- **Categoría K (Posibilidad de incrementar la producción dentro de la red)**

Los encuestados de ambas MSCs españolas indicaron el mayor grado de interés en el aumento de la producción alimenticia mientras que los tumistas estaban más interesados en conseguir diferentes servicios. Lo importante sería que cada MSC fuera consciente de estas demandas no satisfechas y siguiera estudiando posibilidades para poder cubrir las con el fin de mejorar su *utilidad*.

- **Categoría L (Valor añadido que se percibe en los productos / servicios ofrecidos en MSC)**

Los *turutaires* estaban más dispuestos que los socios de otras MSCs a pagar más por los productos y servicios ofrecidos en moneda social. De hecho, esta pregunta era contraria a la práctica de El Túmin que obligaba a sus socios a ofrecer productos y servicios con descuento, pero la mayoría de los tumistas estaban a favor de pagar más.

- **Categoría M (Opinión sobre posibles políticas públicas para impulsar la MSC)**

Los tumistas tendían a mostrar su desconfianza total a las instituciones públicas, expresando su voluntad a crear un sistema económico alternativo que fuera completamente ajeno a las injerencias gubernamentales, mientras que los *turutaires* mostraron su apertura a la colaboración, que ya se había realizado en algunos casos antes de la realización de la encuesta, y los socios de Xarxa XXIV estaban entre ambos lados. Las numerosas propuestas positivas al sector público se pueden resumir en las tres categorías (Pago de impuestos municipales y otros servicios públicos, divulgación

de monedas sociales y concesión de espacios públicos para diferentes actividades de la moneda social).

- **Categoría N (Número de nuevos socios que incorporó cada socio)**

Los tumistas conseguían atraer más nuevos socios que los *turutaires*, ofreciendo más utilidad a los demás también.

- **Categoría O (Desafíos y otros comentarios)**

Ha habido múltiples voces en torno a las dificultades y estrategias, pero se puede sumar en siguientes elementos:

- Falta de conocimiento de monedas sociales > Más publicidad, organización más frecuente de ferias
- Falta de comercios participantes y otros profesionales > Esfuerzos para involucrar tales actores
- Necesidad de adoptar una nueva forma de realizar intercambios en cartillas-monederó y por Internet (en vez de efectivo, tarjetas de crédito etc.)
- Falta de confianza en este propio medio de intercambio

Entre otros, la falta de conocimiento era el elemento más mencionado entre los socios de las tres MSCs. Valdría la pena que cada una de ellas estudiase todos los canales disponibles de comunicación (página web / blog, redes sociales, carteles en la calle, ferias, charlas regulares, visitas a comercios locales, contactos con medios de comunicación local etc.) con el fin de maximizar su visibilidad dentro de la comunidad.

Se ofreció la última pregunta en los cuestionarios (comentario libre sobre cada MSC) para recoger diferentes opiniones que no se encajaban en ninguna de las preguntas anteriores. En términos de valores y otras propuestas, cabe mencionar los siguientes elementos:

- **Valores de las monedas sociales**

- Buenas amistades, soportes solidarios de otras personas
- Tener empleo, dedicación a proyectos
- Transformaciones sociales
- Reunión de personas ideológicamente afines
- Oportunidad de conocer productos locales
- Alternativa al "capitalismo global"
- Una moneda del pueblo, por el pueblo y para el pueblo

- **Otras propuestas**

- Enseñanza a los adolescentes sobre monedas sociales
- Cooperación con otras monedas sociales
- Más ferias en diferentes barrios

Es necesario comentar que la pertenencia a un grupo ideológicamente homogéneo como valor puede correr el riesgo de acabar con producir un distanciamiento de una gama importante de población no convencida de sus doctrinas, por lo tanto, se recomienda mantenerse abierto al diálogo con otros actores de la comunidad, incluso aquellos que no suelen ponerse de acuerdo con estas iniciativas, para evitar que esta moneda sea exclusiva de un sector restringido.

- **Otras preguntas puntuales (Ámbito territorial del uso de la MSC, Porcentaje de venta en Eco fuera de las ferias, Casa del Túmin)**

Más de la mitad de los *turutaires* encuestados contestaron que estaban contentos con el ámbito geográfico (municipal) mientras que más de un cuarto deseaban ampliar el uso de esta MSC a toda la comarca, además de unas voces que quisieron ampliarla aún más. Merecerá la pena tener en cuenta de la posibilidad de extender el área de la Turuta a toda la comarca, aunque esta medida necesita ser aprobada tras realizar profundos debates y conseguir un amplio consenso entre los *turutaires*.

En relación al porcentaje de transacciones en eco dentro y fuera de las ferias (Xarxa XXIV), tres cuartos de los encuestados respondieron que al menos dos tercios de sus transacciones se realizaban en las ferias, lo que constata la importancia fundamental de esta ocasión donde se reúnen los socios para exponer sus productos, aunque es innegable la existencia de algunos socios que cobraban una cantidad importante de ecos fuera de estos eventos quincenales.

Los tumistas se manifestaban de forma casi unánime sobre la relevancia de las Casas del Túmin. Sus puntos de vista acerca de estos establecimientos se pueden resumir como espacio estratégico de visualización, no sólo de la MSC en sí sino también de la gama de los productos ofrecidos en esta red de intercambio. Merece la pena añadir que los socios de Xarxa XXIV también opinaron del mismo modo sobre tales sitios, aún sin que realmente existan, lo que muestra que tener un establecimiento dedicado a los servicios de la MSC es una clave para su éxito.

7.4. Discusiones

Se ha definido el marketing de MSCs como “el diseño de la moneda, las campañas promocionales, los eventos (feria en MSCs, talleres de capacitación) etc. para crear, comunicar, distribuir e intercambiar un medio de intercambio más útil que la moneda oficial para distintos tipos de usuarios” en 6.5. La categoría B ha mostrado que los principales valores percibidos por los usuarios de las tres MSCs visitadas eran el desarrollo local y la cohesión social mientras que la mejora de su propia vida económica era secundaria, y este hallazgo fue confirmado también con el resultado de la categoría F. El desequilibrio entre la oferta y la demanda, señalada en el resultado de la categoría C sobre los socios de Xarxa XXIV, plantea la necesidad de aumentar la oferta de alimentos,

o el acceso a los comedores sociales etc. en caso de contar con familias que no pueden cocinar en casa debido a la falta de luz / gas.

Los resultados en la categoría E constatan que la mayoría de las transacciones realizadas en estas MSCs ya existían antes de la puesta en marcha de estos medios de intercambio, salvo El Túmin. Se ve un efecto de sustitución por MSCs para reducir el gasto en moneda oficial y ahorrarla y/o gastarla para otros fines, lo que podría destacarse como *utilidad* al elaborar estrategias de campaña para captar nuevos socios.

La asimetría observada entre los consumidores y los comercios locales en cuanto a su participación en MSCs (categoría G) es un factor que necesita ser tenido en cuenta para que éstas sean una herramienta realmente útil para todos: el típico problema observado en otras MSCs es su acumulación por algunos comercios que no pueden gastar (véase, por ejemplo, 4.6.1) y es imprescindible evitar esta situación a toda costa para mantener la confianza de los comercios en este medio de intercambio. La clave para solucionarla es ofrecerles algunas formas útiles de gastar la MSC, aunque no es siempre fácil, por ejemplo:

- **Posibilidad de convertir la MSC en moneda oficial** (ej.: Chiemgauer, SOL-Violette, Bristol Pound, Eusko y Banco Palmas)
- **Conseguir una masa crítica de comercios para que la MSC sea muy útil para transacciones entre comercios** (ej.: Banco WIR y otros sistemas de barter comercial)
- **Ofrecer créditos en MSC para que algunos comercios, beneficiarios de este servicio, puedan aceptarla** (ej.: Banco WIR y Banco Palmas)
- **Ofrecer bienes y/o servicios básicos que pueden ser pagados en MSC.** Por ahora no existe ningún caso de gran relevancia, pero la creación de una cooperativa de energía renovable y su aceptación de esta MSC sería suficiente para que diferentes comercios locales empiecen a aceptar este medio de intercambio con ganas
- **Permitir el pago de impuestos locales en MSC:** posible cuando las autoridades municipales / regionales se comprometan en el desarrollo de estas iniciativas.

La categoría H (forma de emisión) es un tema técnico que requiere un buen nivel de comando de su funcionamiento para la comparación de ventajas y desventajas entre los seis modelos distintos, aunque el de la emisión por el sector público es sólo posible al contar con su apoyo y compromiso. Es indispensable que cada iniciativa estudie qué modelo es más apropiado para lograr sus metas y que, cuando sea necesario, modifique su *modus operandi* para ofrecer la mayor comodidad posible. Si bien la categoría I

(soporte físico de la MSC) es menos complicada ya que no requiere demasiado conocimiento técnico, tiene como condición indispensable de viabilidad averiguar su costo operativo y ver cómo se puede recuperarlo. Otro elemento muy relevante, si no es compulsorio, es estudiar la adaptabilidad de la aplicación de smartphone para facilitar el pago en MSC.

Los resultados de la categoría J han puesto de relieve el rechazo genérico de los socios de las MSCs al endeudamiento, aunque sea un requisito para iniciar un nuevo negocio, además de la preferencia de emprender con los recursos ya disponibles en vez de pedir créditos. El inicio de nuevos emprendimientos aprovechando MSCs es un tema todavía poco debatido y es menester impulsar discusiones con el fin de madurar las opiniones de los socios a este respecto, pero al mismo tiempo se ha de diversificar los tipos de comercios y profesiones que aceptan este medio de intercambio para aumentar la utilidad de los préstamos. Se puede mejorar este proceso en base a la recogida de opiniones de los socios (categoría K) para determinar cuáles bienes y/o servicios son más demandados y que podrían ser producidos dentro de la red de la MSC.

La disponibilidad de los socios de las MSCs a reconocer más valor añadido y pagarlo (categoría L) es otro elemento que puede interesarles a los productores, sobre todo en caso de MSCs respaldadas con dinero oficial, porque significa el aumento de la facturación. No obstante, en caso de El Túmin esta misma idea contradice sus principios y necesita ser bien debatida para ser aceptada o descartarla. Las opiniones de los socios de MSCs acerca de las políticas públicas (categoría M) dependen mucho del grado de confianza en las instituciones públicas, pero la aceptación de MSCs para pagos de impuestos y/u otras tasas municipales, divulgación de MSCs y la concesión de espacios públicos podrían ser medidas que sí aumentarían la utilidad de este medio de intercambio.

En cuanto a los desafíos (categoría O), se indicaron la falta de publicidades y de comercios y otros profesionales, la adopción de formas más aceptables de pago (sobre todo por Internet y smartphone) y el fomento de la confianza en estos nuevos medios de intercambio. Se puede destacar los valores positivos que han experimentado los socios (ej.: amistad, transformación social y acceso a los productos locales) en las campañas de promoción de MSCs para atraer a más personas, aunque es preciso entender el riesgo de que la homogeneidad ideológica acabe aislando los socios de esta MSC del resto de la población. Por último, la importancia de contar con un establecimiento dedicado a almacenar y vender productos ofrecidos en MSCs, constatada tanto en la pregunta 8 para Xarxa XXIV como en las preguntas 11 y 12 para El Túmin, demuestra que cada MSC necesita contar con un espacio físico para este fin.

Resumiendo todo el apartado, se puede mencionar los siguientes elementos como valor (potencial) de las MSCs reconocido por los socios de las tres MSCs visitadas:

- **Desarrollo local y cohesión social**
- **Acceso a alimentos sin necesitar la moneda oficial** (aunque se necesitan esfuerzos para aumentar la oferta de estos productos y hacerlos comestibles para familias sin posibilidad de cocinarlos)
- **Reducción del gasto en moneda oficial que podría ser ahorrada o gastada para otros fines**
- **Aumento de facturación al atraer/fidelizar nuevos clientes** (con tal de que los comercios locales tengan maneras de gastar MSCs)
- **Adopción de soportes técnicos convenientes que facilitan las transacciones**
- **Posibilidad de ofrecer créditos en mejores condiciones que en moneda oficial** (con tal de que los socios comprendan el papel de estos préstamos en el desarrollo económico local en vez de rechazarlos automáticamente como endeudamiento)
- **Esfuerzos dentro de la red de las MSCs a sustituir productos y servicios importados con la producción local**
- **Disponibilidad de los socios de las MSCs a pagar un valor añadido a los productos y servicios ofrecidos en este medio de intercambio**
- **Espacio físico donde se puede ver y comprar productos ofrecidos en MSCs** (Casas del Túmin ya ha logrado este objetivo)

En comparación con los constructos desarrollados en 6.5, se destaca el espacio físico (como Casas del Túmin) como elemento importante para el éxito de MSCs, además de ferias, del uso de página web y otras campañas promocionales. Estos lugares, donde se visualiza la utilidad de las MSCs mediante la exposición de productos disponibles en este medio de intercambio y con la posibilidad de ahorrar la moneda oficial, se consideraban primordiales mientras que el acceso a los servicios financieros era de poco interés. Si bien puede haber actitudes positivas entre los usuarios de otras MSCs más orientadas al emprendimiento (ej.: Banco WIR), se debe admitir que, al menos para las tres MSCs visitadas, este tema era irrelevante. Se puede decir lo mismo con la atracción y la fidelización de clientes y el ingreso adicional.

Se ha demostrado también una actitud positiva hacia la sustitución de productos y servicios importados con la producción local. Este proceso podrá ser optimizado con la implementación de los tres elementos de la Orientación del Mercado, o sean *generación de inteligencia, diseminación de inteligencia y responsividad*, además de los procesos del marketing social, para que cada MSC como red de intercambio se dedique a este tema. A este fin también valdrá la pena buscar fuentes de inspiración en las prácticas de CSA, *Teikei* y/o AMAP para mejorar el diseño de las MSCs mediante el diálogo.

Conclusiones

Esta tesis ha logrado obtener resultados acerca de las MSCs, divididas en los siguientes planos:

- Plano empírico: el más desarrollado, mostrando la variedad de iniciativas de MSC y su capacidad de adaptación a distintos entornos.
- Plano práctico: ofrece una guía para la implementación de experiencias de MSC en función de las circunstancias de cada momento y lugar.
- Plano teórico: sistematización y aclaración de los fundamentos en los que se basan las MSCs y su potencialidad a la hora de corregir los efectos del sistema monetario actual.

Siempre vale la pena volver a los principios, o desde el punto de vista lingüístico, estudiar la etimología. En este sentido se aclara un hecho muy interesante de que tanto la palabra griega "oikonomia (οικονομία)" como la china "Jīng shì jì mǐn (經世濟民 / 经世济民)", origen de la palabra "economía" respectivamente, se refiere a la gestión de recursos y no a la búsqueda de lucro monetario. Existen otros conceptos claves, tales como "Buen Vivir" (sumak kawsay), "Felicidad Nacional Bruta", "Desarrollo Sostenible", "Desarrollo Humano", "Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)", "Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible" y "Economía del Bien Común", que nos señalan el rumbo a seguir para desarrollar actividades económicas para la humanidad.

Por otra parte, funcionan distintos principios como clave para impulsar la ESS. Los Siete Principios Cooperativos orientan las actividades de las cooperativas, las asociaciones tienen su propio papel importante a jugar que no cubre ni el mercado ni el Estado (mientras que es preciso distinguir entre la caridad de estilo anglosajón y el asociacionismo francés) y las cooperativas pueden superar diferentes fallos del capitalismo (propiedad privada, acumulación de capital y mercado libre de compraventa). Ya existen leyes de ESS en cinco países que comparten, entre otros, los elementos de supremacía del ser humano sobre el capital, gestión democrática y solidaridad interna y externa. La economía solidaria tiene dos dimensiones (no sólo la socioeconómica de solidaridad recíproca sino también la sociopolítica de exigir la justicia social), cuatro categorías (administración doméstica, reciprocidad, redistribución y mercado) y con cuatro elementos (carácter colectivo, creación de varias mediaciones y representaciones, cumplimiento de múltiples funciones y alienación de la economía alternativa) donde prosperan los valores de la participación de la sociedad civil, de las relaciones igualitarias, de la diversidad, de las capacidades creativas y de la satisfacción de los seres humanos. También ha de destacarse el Factor C (Cohesión, Compañerismo, Colaboración,

Conclusiones

Cooperación, Conjunto, Comunidad, Compromiso etc.), elementos necesarios para un buen funcionamiento de empresas solidarias.

Diversas definiciones describen la naturaleza del dinero: por sus funciones (medio de intercambio, medida de valor, almacenamiento del valor etc), como ley / acuerdo (Aristóteles, Lietaer, 2001) y como sistema informacional. El carácter del dinero como consenso abre el camino a que se pueda cambiar el sistema monetario según nuestras propias necesidades. Soddy (1934) y Jones (2011b) destacan el aspecto de ser canjeable por bienes y/o servicios. De ninguna manera es importante el propio medio (sal / metales preciosos / cigarrillos / billetes / datos almacenados en el ordenador) siempre y cuando esté válido el acuerdo de tratarlo como dinero. El dinero tiene tres orígenes (el comercial, el social y el religioso) y ha vivido cinco etapas de evolución (trueque directo, dinero de mercancía, dinero simbólico, dinero crediticio y sistema de compensación de crédito). Históricamente ha habido diferentes monedas y algunas eran de oro / plata o de patrón oro / plata mientras que otras eran fiduciarias que funcionaban con la vigencia de la ley. Luego se establecieron bancos centrales como entidades responsables de la emisión y el control del sistema monetario, aunque hay críticas como Hayek (1943).

Hoy en día más del 90% del dinero "oficial" existe como depósito bancario, gracias a la reserva fraccionaria que permite que la banca privada emita mucho más dinero que tiene como reserva. Esta realidad supone diferentes problemas. Aparte de la creación monetaria como crédito bancario, existen otros fallos de nuestro propio sistema monetario que funcionan en contra de la construcción de la sostenibilidad (Lietaer et al., 2012). Estos problemas y fallos se presentarán más adelante en Contribuciones de esta tesis, dejando impactos negativos no desdeñables a la ESS, tales como: 1) el fomento de una economía de competencia en vez de cooperación causada por la escasez del medio de intercambio, 2) la dificultad en conseguir financiamiento, sobre todo para proyectos a largo plazo, inestabilidad del ciclo coyuntural, 3) el aumento de precios finales a causa de tasas de interés, incremento de desigualdad, 4) el monopolio económico en la sociedad y 5) el desmantelamiento de la clase media. Merece la pena mencionar que las tres religiones abrahámicas (el judaísmo, el cristianismo y el islam) prohíben la cobranza de la usura (tasas de interés).

El término *monedas sociales y complementarias* (MSCs) es la combinación de *moneda social*, como una herramienta para la inclusión social, y *moneda complementaria* para jugar papeles que no suelen desempeñar las monedas oficiales en términos de sostenibilidad. Hay argumentos para justificar el uso de MSCs desde el punto de vista del localismo, del gobierno legítimo de la moneda, del valor alternativo que dé un poder adquisitivo adicional, del equilibrio entre la eficiencia y la resiliencia, de la liberación del poder dominante y de la financiación a proyectos socioecológicos.

Los fallos sistémicos de la moneda pueden ser corregidos de diferentes maneras. La creación monetaria por la banca privada puede ser superada con la implementación de la Reserva 100%, además de sustituir parte de nuestra moneda con MSCs, y estos medios de intercambios suelen atenuar impactos de la tendencia procíclica de la creación monetaria. La fórmula de Fisher de $P \times Y = M \times V$ sigue válida y será utilizada para controlar la masa monetaria. La supresión de tasas de interés será otro elemento importante para liberar la economía de esta obligación respecto al crecimiento permanente y exponencial. Distribuirá la riqueza más equitativamente al eliminar los costos financieros, además de ofrecer más libertad a los prestatarios, y hará que las personas con dinero sobrante prefieran invertir en proyectos a largo plazo. También es posible diseñar sistemas monetarios de modo para fortalecer la cohesión social, incentivando actividades favorables para el bienestar individual y/o colectivo.

La oxidación, una de las propuestas por Gesell (1916), consiste en devaluar paulatinamente el dinero, obligándole al portador a comprar y pegar sellos, a fin de impedir el atesoramiento del medio de intercambio y reducir o hasta eliminar tasas de interés. Es distinta que la inflación porque no significa que suban los precios. La banca privada seguirá funcionando, aunque en esta ocasión es posible cobrar tasas de interés negativo. Existieron diferentes experiencias históricas que demuestran la utilidad de las monedas oxidables y la inconveniencia de sellos será fácilmente superada con la introducción de una moneda oxidable electrónica. Valdría la pena estudiar la posibilidad de introducir esta moneda para pagar, al menos parcialmente, algunos servicios públicos, como la hipotética renta básica para padres de los menores y/o pensión. Por otra parte, el dinero mensual, que será invalidado al no ser gastado por un mes, plantea diferentes problemas, sobre todo la imposibilidad de que los comerciantes gasten inmediatamente el dinero que ha cobrado de sus clientes para pagar a sus proveedores.

La Reserva 100% es una propuesta económica surgida con Chicago Plan para acabar con la reserva fraccionaria y sustituir los depósitos bancarios con la nueva moneda directamente emitida por el Banco Central u otra entidad similar sin necesitar endeudar la sociedad y en los últimos años han emergido voces favorables. Se prevén diferentes ventajas, tales como la recuperación por parte del Estado del control sobre la masa monetaria, la inyección de liquidez sin endeudamiento, la separación entre la creación monetaria y la búsqueda del lucro, la cancelación de deudas y menos riesgo de insolvencia, mayor presupuesto para el Estado, la creación de un sistema monetario menos sujeto a las crisis y el apoyo a la economía real, entre otros. Es también necesario tener en cuenta los posibles obstáculos, tales como la resistencia de la banca, la falta de comprensión del público en general sobre el tema, el rechazo de los libertarios al control monetario por el Estado y el potencial riesgo de hiperinflación.

Se puede clasificar los respaldos de MSCs en seis subcategorías: 1) respaldo con dinero oficial, 2) respaldo con otros bienes y/o servicios, 3) crédito mutuo, 4) monedas emitidas

Conclusiones

como crédito bancario, 5) monedas *fiat* y 6) monedas emitidas por entidad pública. Las MSCs respaldadas con dinero oficial son experiencias que funcionan sólo cuando existe una reserva en euro, dólar etc., pero en cambio tiene un alto nivel de aceptabilidad entre los comercios. Algunas son oxidables para estimular su circulación, con diferentes grados de éxito, y/o cobran comisiones al reconvertir estas MSCs en moneda oficial (ejemplo: 21 SOL > 20 €), alentando la reutilización de esta moneda dentro de la comunidad y desalentando su reembolso.

Las monedas respaldadas con otros bienes y/o servicios pueden superar esta escasez programada del dinero oficial siempre y cuando tales respaldos estén disponibles, pese a la necesidad de que sean aceptados ampliamente entre los socios. La confianza de Tlaloc y Sistemas de Liquidación WAT se basa en la confianza al propio emisor de entregar bienes y/o servicios y los demás sistemas descritos en 4.3 tienen respaldos tangibles cuyo contenido varía en gran medida. Sobre todo, si se trata de bienes y/o servicios de utilidad general (tales como agua y energía), se puede esperar un alto grado de aceptación. Se puede considerar, como variante, las MSCs de crédito mutuo (LETS / bancos del tiempo / barter), porque es el acceso a los bienes y/o los servicios ofrecidos por otros socios que funciona como respaldo.

El Banco WIR tiene su característica de adoptar la misma forma de creación monetaria que la moneda convencional, ofreciendo a los prestatarios la ventaja de tasas de interés más bajas, aunque ésta ha menguado en los últimos años por causa de la tasa oficial casi nula, y evitando que el prestatario se quede con deuda para siempre. Las monedas *fiat* circulan siempre con tal de que haya personas / comercios locales que acepten este medio de intercambio y requieren buena gestión para evitar su acumulación y/o hiperinflación. Las monedas emitidas por entidades públicas tienen la ventaja de poder usarse como medio de pago de impuestos y/u otras tasas, lo que sirve no sólo para garantizar su uso universal sino también para controlar su masa monetaria.

Estas seis categorías tienen diferentes grados de utilidad en diferentes aspectos, tales como complementaridad (realización de lo imposible con la moneda oficial), soberanía monetaria (gestión del sistema monetario por la sociedad civil), menor tasas de interés, posibilidad de empezar por adquirir en MSC sin ofrecer nada de antemano, moderada acumulación, impulso de la sostenibilidad ecológica, estabilidad del valor, estabilidad contra los altibajos coyunturales, inclusión social y fidelización de la clientela e impulso de propósitos especiales, aunque su grado de eficacia varía significativamente de sistema / modelo en sistema / modelo. En base al modelo de evolución de Greco (2009), MSCs respaldadas con dinero oficial (4.2) u otros bienes / servicios (4.3) pertenecen al Dinero simbólico (tercera etapa), MSCs emitidas como crédito bancario (4.5) al Dinero crediticio (cuarta etapa) y las MSCs emitidas en base a crédito mutuo (4.4) como sistema de compensación de crédito (quinta etapa), lo que no significa que los modelos de etapas posteriores sean superiores. Cabe mencionar diferentes motivos del cese operacional de

MSCs, tales como prohibición por el gobierno, falta de oferta de productos / servicios que atraen a los consumidores, acumulación de las MSCs en pocas manos, hiperinflación y fin de subsidio.

Las MSCs convierten el dinero en un instrumento al servicio de la sociedad, de modo que contribuya a fomentar la cohesión y solidaridad de los ciudadanos, ayudando a superar los problemas generados por el sistema monetario convencional, aunque algunos modelos sean más apropiados que otros a este respecto. Las MSCs respaldadas con otros bienes / servicios, las que sirven para pagar impuestos, las basadas en crédito mutuo y las de *fiat* son creadas de una forma ajena a la lógica de crédito bancario, solucionando la tendencia procíclica de la creación monetaria y otras problemáticas que provienen de las tasas de interés (presión al crecimiento permanente y exponencial, concentración de riqueza y el cortoplacismo que descuenta el futuro). Pero las MSCs respaldadas con moneda oficial y las emitidas como crédito son menos eficaces a este respecto aunque tienen sus propios efectos (anclaje territorial en caso de MSCs respaldadas con moneda oficial y creación monetaria contracíclica, menor tasa de interés que préstamos en moneda oficial en caso de MSCs emitidas como crédito, entre otros), y algunas MSCs sí sirven para fortalecer la cohesión social.

Los objetivos de las MSCs son acordes con la etimología de la palabra economía de gestionar recursos y también con los objetivos humanistas y ambientalistas de las actividades económicas, enunciadas en Buen Vivir, la Felicidad Nacional Bruta y la Economía del Bien Común, además de algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las MSCs son a la vez promotores y actores de la ESS y la impulsan de diferentes formas, además de fomentar el desarrollo local sostenible y justo y decrecimiento. También tienen su propio DAFO, en el que destaca como *debilidades* la aceptación restringida, dificultad de logísticas y del sentido de comunidad y poco conocimiento, como *amenazas* la competencia del dinero de curso legal, otras entidades de finanza dentro de la ESS y posible prohibición por las autoridades, como *fortalezas* la creación monetaria autónoma, retención de la liquidez, creación de empleo, apoyo a PyMEs locales y creación monetaria anticíclica y como *oportunidades* los fallos estructurales del dinero oficial colaboración con otras entidades financieras, dificultad en conseguir créditos en el sistema oficial y desconfianza al sistema monetario convencional. Algún DAFO está compartido entre MSCs y las cooperativas de trabajo asociado, tales como la falta de profesionalismo, el aumento de la desarticulación social, la intercooperación y los mercados más segmentados.

Pese a su origen meramente mercantil, el marketing ha llegado a hacer hincapié en el concepto de "valor", algo subjetivo sobre el cual cada uno tiene su propio criterio. El valor de las MSCs es el de "intercambio", o sea no es necesario que las MSCs en sí tengan otros valores económicos, sino que basta que sean aceptados como medio de intercambio. El marketing rechaza la visión marxista, porque sólo reconoce valores para

Conclusiones

stakeholders y no estrictamente el trabajo humano. Tampoco es aplicable la teoría de Walras que determina el precio entre la demanda y la oferta, sobre todo porque se le pide al sistema monetario estabilizar el precio del dinero, o sea evitar inflación y deflación. En este esquema los sistemas de MSC ofrecen otro medio de intercambio que sea más útil que la moneda oficial y piden a sus usuarios utilizarlo siempre y cuando sea posible. Los valores de MSCs para los usuarios serán: 1) la realización de compras sin disponer de dinero oficial, 2) la creación de otro mercado con transacciones difíciles o imposibles en moneda oficial, 3) el aumento de facturación, 4) el acceso a créditos en condiciones favorables y 5) autogestión monetaria parcial. Las MSCs son experiencias ideales también desde el punto de vista de cocreación.

Se consideran todos los usuarios como consumidores del servicio que ofrece cada MSC, del mismo modo que todos son clientes de las entidades financieras al abrir cuentas bancarias. Los usuarios adoptan el uso de MSCs sólo cuando sus ventajas superan su costo (no sólo monetario sino también tiempo necesario para aprender su uso etc.), aunque las ventajas varían de MSC en MSC. Se necesita elaborar bien el diseño para adoptar el mejor sistema de recuperar el costo operativo, a no ser que haya patrocinadores generosos que lo cubran todo. Y la Orientación del Mercado, con los tres elementos internos de *generación de inteligencia, diseminación de inteligencia y responsividad* y los tres externos de *orientación de los consumidores, orientación de los competidores y coordinación interfuncional*, juegan papeles importantes para la elaboración del marketing, aunque algunos *antecedentes* mencionados necesitan ser modificados para corresponder a los valores de la MSC / ESS. Se necesitan cumplir, además ciertas condiciones y establecer criterios específicos para evaluar la operación de cada MSC.

El marketing relacional es un ramo del marketing dedicado al mantenimiento de los clientes existentes en vez de captar los nuevos, y se destaca su importancia por su coste inferior. Esta técnica es muy relevante para MSCs, ya que este propio medio de intercambio intenta generar relaciones comerciales duraderas entre los socios. Las millas de las aerolíneas son programas bien elaborados que, si bien es imprescindible apartarse de la cultura elitista que se les ofrecen a los viajeros frecuentes, se recomienda estudiar como forma de remunerar a los usuarios frecuentes de MSCs sin hacerles sentirse superiores. El marketing de causa social es un marketing mercantil que está relacionado con la promoción de una causa social y Chiemgauer adopta esta estrategia, aunque Sol-Violette y La Turuta tienen sus propios mecanismos.

El marketing social es la aplicación de técnicas desarrolladas por el marketing mercantil en la promoción de causas sociales, pero su evolución ha llegado a influenciar la propia definición de todo el sector. Originalmente este marketing tenía un enfoque unidireccional en que los marketers emitían sus mensajes al público sin escuchar sus opiniones, pero con el paso del tiempo comenzó a incorporar metodologías dialógicas

en sus prácticas, mostrando una similitud curiosa con la educación popular, desarrollada por Paulo Freire (1921 - 1997) en Brasil, tales como 1) la consideración de la necesidad del público, 2) la adaptación del marketer al deseo del público, 3) las interacciones bilaterales y 4) la apreciación de la diversidad en el público. No es por casualidad que la ESS en Brasil haya adoptado esta metodología y cabe mencionar las Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares como buen ejemplo

Pero desde el punto de marketing es imprescindible establecer relaciones directas entre los productores y los consumidores de bienes y/o servicios. Esto está demostrado en las experiencias de Teikei / Community-Supported Agriculture / AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) y comercio justo como casos de cocreación. Otros elementos que afectan el grado de dedicación del público son sus atributos tanto individuales como comunitarios, además de cómo detectar y quitar barreras a la promoción de la causa. También es importante considerar los cinco pasos para la adopción y la promoción de nuevos valores (conocimiento, aprobación, intención, práctica y abogacía). Las tres etapas de adopción (cumplimiento, identificación e internalización), además de elegir herramientas apropiadas.

Se realizaron encuestas a los usuarios de tres MSCs: La Turuta (Vilanova i La Geltrú, Barcelona), Xarxa XXIV (diferentes partes de la Comunitat Valenciana) y el Túmin (diferentes partes de México) para comparar los constructos del Capítulo 6 con sus propias voces, en base a las preguntas clasificadas en diferentes categorías. Los valores más reconocidos eran el localismo económico y la cohesión social mientras que el impacto económico era menos relevante, salvo el caso de El Túmin. Se ha demostrado que el alimento era el producto más buscado, lo que significa que incluirlo en la gama de oferta es clave para el éxito de monedas sociales, y será aún mejor si se tratan de productos orgánicos. Se requiere, a la vez, estudiar medidas para evitar que los agricultores acaben quedándose con demasiada moneda.

En términos del tamaño de transacciones, la mayoría de los socios vivían sólo una parte modesta de su economía con MSC, demostrando su límite. Además, la gama de nuevos productos que se consumen en este medio de intercambio era limitada, salvo el Túmin, mostrando que las MSCs españolas tenían dificultad en abrir nuevas líneas de venta. En cuanto a la participación de los comercios locales, Xarxa XXIV mostró una tendencia distinta que las demás monedas, debido a su propio carácter de ser una red de prosumidores. Pero todas las monedas estaban abiertas a estos emprendimientos siempre y cuando estuvieran de acuerdo con los principios formulados, y los que sí ya participaban mostraron un grado ligero de satisfacción.

En cuanto a la forma de emisión, la mayoría estaba contenta con la forma actual de emisión, salvo los mexicanos que mostraron dos corrientes interesantes, pues algunos quisieron respaldar El Túmin con la moneda oficial mientras que otros prefirieron

Conclusiones

apartarse aún más de la moneda oficial al adoptar la hora como unidad de cuenta. Se obtuvieron respuestas generalmente favorables al uso de Internet y smartphones mientras que existían diferentes voces sobre la posible oferta de microcréditos. Sobre el incremento de la producción, el alimento era el producto más deseado de los socios de ambas monedas españolas mientras que los mexicanos ponían más prioridad a la salud y al transporte, lo que reflejaba la situación de cada lugar.

Algunos socios españoles reconocieron el valor añadido significativo (25% o más) en los productos y servicios ofrecidos en monedas sociales y estaban dispuestos a pagar este precio. En El Túmin, por otra parte, la solidaridad iba hacia los consumidores (oferta de buenos productos a precio más asequible para los compradores).

Las políticas públicas deseadas para la promoción de MSCs eran principalmente el pago de impuestos, divulgación de MSCs y concesión de espacios públicos. Se mencionaron, como obstáculos más importantes en la difusión de monedas sociales, la falta de conocimiento, la falta de comercios, la necesidad de aprender cómo se registran transacciones y la falta de confianza a este nuevo medio de intercambio. Entre estos se destaca la falta de conocimiento, lo que plantea la necesidad de elaborar estrategias apropiadas para la publicidad de monedas sociales, además de organizar ferias y dar charlas etc. para aumentar la visibilidad de estas experiencias. Por otra parte, se podría resaltar la cohesión social, el impulso a proyectos y la promoción de productos locales, entre otros, como valores propios de la moneda social al plantear más difusiones. Se puede subrayar la relevancia del espacio físico para almacenar y exponer productos en MSC.

Las discusiones en base a estos datos crudos muestran algunas sugerencias para mejorar MSCs desde el punto de vista del marketing. La oferta de formas para gastar MSCs a aquellos comercios que las acumulan, debate permanente entre los socios de la MSC en busca del mejor soporte técnico (incluso el uso de smartphone) y del mecanismo de recuperar el costo operativo, el papel de la concesión de créditos en el desarrollo local, posibles políticas públicas a favor de las MSCs, presentación de buenas experiencias con el uso de MSC. Se enumeran elementos reconocidos como valor (véase "Contribuciones de esta tesis") y tanto las técnicas de Orientación del Mercado y del Marketing Social como las prácticas de CSA, Teikei y/o AMAP son relevantes para mejorar el diseño de MSCs.

Contribuciones de esta tesis

Por último, se señalan los hallazgos en cuanto a los cinco objetivos planteados en la Introducción.

En cuanto al primer objetivo "Mostrar la potencialidad de las Monedas Sociales y Complementarias (MSCs) a la hora de corregir las deficiencias del sistema monetario

“bancario” predominante en la actualidad, el capítulo 2 ha demostrado que la creación monetaria como crédito bancario ha generado los siguientes problemas:

- 1) la escasez de dinero
- 2) la *dominación de los acreedores sobre los deudores* (Amato y Fantacci, 2014) que someten a los estados soberanos también sin gestión democrática
- 3) la exclusión financiera a miles de millones de personas sin cuenta bancaria
- 4) la ilegitimidad jurídica y
- 5) el crecimiento desmesurado del mercado especulativo.

Además, existen otros fallos (Lietaer et al., 2012):

- 1) *Tendencia procíclica de la creación y flujo monetario*
- 2) *Presión al crecimiento perpetuo y exponencial*
- 3) *Concentración de riqueza*
- 4) *Devaluación del capital social (cohesión social)*
- 5) *Cortoplacismo que descuenta el futuro.*

En base a esta diagnosis de la actualidad, se puede señalar, como potencialidad de las MSCs, la reinversión de fondos para el sector de SSE, el estímulo de transacciones internas, la donación a proyectos sociales, promoción de productos locales, la participación femenina a las actividades económicas y el fortalecimiento del circuito.

El segundo objetivo “Sistematizar el universo amplio y heterogéneo de las MSCs, mostrando no sólo su interés económico (en cierta medida vinculado a la economía monetaria) sino también sus aspectos sociológicos” ha sido realizado mediante una descripción amplia de distintas iniciativas en diferentes partes del mundo (capítulo 4) y también por el análisis DAFO (5.3), resultando en una cantidad de ventajas que se muestran a continuación:

- Complementaridad
- Soberanía monetaria
- Menores tasas de interés
- Posibilidad de empezar por adquirir en MSC sin ofrecer nada de antemano
- Moderada acumulación
- Impulso de la sostenibilidad ecológica
- Estabilidad del valor
- Estabilidad contra los altibajos coyunturales

Conclusiones

- Inclusión social (generación de ingreso para los marginados)
- Aumento y retención de liquidez en la comunidad
- Aumento de empleo
- Fidelización de clientes
- Freno a las actividades ecológicamente dañinas
- Apoyo a PyMEs locales
- Mejora de la imagen de sus socios
- Efectos contracíclicos
- Protección frente a las perturbaciones externas.

El tercer objetivo “Ubicar conceptualmente las MSCs dentro del ámbito de estudio de la Economía Social y Solidaria (ESS)” se logra en 5.2.2 donde se constatan que tanto la ESS como otros conceptos en 1.1 (etimología de la palabra economía, Buen Vivir, la Felicidad Nacional Bruta y la Economía del Bien Común, además de algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible) son acordes a los objetivos humanistas y ambientalistas de las MSCs. Se puede aplicar diferentes Principios Cooperativos (Adhesión Voluntaria y Abierta, Gestión Democrática por parte de los Socios, Autonomía e Independencia e Interés por la Comunidad, además de Cooperación entre cooperativas que podría ser interpretada como cooperación entre socios de MSCs). También cabe mencionar los principios de solidaridad a la obra y la utilidad social, dinero al margen de monopolios estatales, carácter colectivo, protagonismo de la sociedad civil, de la igualdad, de la diversidad, de la satisfacción de necesidades básicas y de la toma de decisión colectiva y democrática como factores comunes entre la ESS y MSCs.

El cuarto objetivo “Identificar y relacionar teóricamente distintos conceptos en torno al marketing con el propio contexto de las MSCs” se concretó como constructos del marketing de MSCs, definidos en 6.5 como “el diseño de la moneda, las campañas promocionales, los eventos (ferias en MSCs, talleres de capacitación) etc. para crear, comunicar, distribuir e intercambiar un medio de intercambio más útil que la moneda oficial para distintos tipos de usuarios”. Se interpreta su oferta como “un medio de intercambio y la gestión de un nuevo sistema complementario de intercambio con demanda por la utilización más activa posible del mismo (maximización del número de usuarios, de facturaciones en esta MSC...)”. Es fundamental reconocer tanto la calidad / los beneficios como el sacrificio que aparece al usar este nuevo medio de intercambio con el fin de optimizar su atracción y minimizar sus inconvenientes. Cabe destacar, también, como elementos importantes del marketing de MSCs, la Orientación del Mercado (generación de inteligencia, disseminación de inteligencia y responsividad), la elaboración de indicadores apropiados para medir el impacto de MSCs, el marketing relacional (fidelización de clientes mediante MSCs), el marketing de causa social (Chiemgauer, SOL-Violette y La Turuta son los pocos ejemplos) y el marketing social.

Las encuestas realizadas en base al último objetivo “Explorar las expectativas y las dificultades (proceso de creación de valor) a las que se enfrentan los principales stakeholders de estas iniciativas de MSC (los propios socios), a partir de un trabajo de campo en tres contextos culturales diferentes” han destacado el localismo económico y la cohesión social como valores más importantes mientras que el impacto económico era secundario. Como claves para el éxito de MSCs, se ha señalado diferentes factores, entre otros la oferta de alimentos, la evitación de acumulación de MSCs en algunos actores, el uso de aplicación en smartphone, algunas políticas públicas para la promoción (aceptación y divulgación de MSC, disponibilidad de espacios públicos para las actividades de MSC), publicidades, involucramiento de comercios locales.

Por fin, llega el momento de responder a las preguntas planteadas en la Introducción.

- **¿En qué medida estas iniciativas pueden contribuir a salir de la exclusión social a los colectivos más azotados por las distorsiones que genera el dinero bancario y a consolidar una sociedad más resiliente?:** la posibilidad de realizar transacciones sin poseer monedas de curso legal ha permitido que sus integrantes tuvieran un ingreso adicional, sobre todo en el caso de los Clubes de Trueque en Argentina que generaron un impacto importante para los marginados de la economía. Otras ventajas incluyen el mejor acceso a la financiación y la creación de empleo.
- **¿Qué abanico de opciones ofrece el heterogéneo mundo de las MSCs ante diferentes situaciones?:** Cada respaldo, en base al cual se emite la MSC, tiene su propia ventaja. Las MSCs respaldadas con moneda oficial tienden a ser más fácilmente aceptadas por el público en general, aunque esto también significa la dependencia total al sistema oficial. Las MSCs respaldadas con otros bienes y/o servicios tienen una tendencia contracíclica y también la ventaja de que los productores pueden convertir sus bienes en liquidez. El éxito de las MSCs de crédito mutuo depende de la gama de productos y servicios ofrecidos, además del grado de confianza interna. La ventaja del Banco WIR, que ofrece créditos en MSC, es la menor tasa de interés, aunque hoy en día es poco relevante. Las MSCs *fiat* tienen dificultad en mantenerse en circulación cuando se acumulan en ciertos actores económicos quienes son incapaces de gastarlas. Las monedas estatales, en cambio, tienen la ventaja de aceptación general, debido a que su aceptación para pagar impuestos.
- **¿A qué problemas se enfrenta la promoción y la implementación de estas monedas y en qué medida el marketing ofrece herramientas adecuadas para superarlos?:** Los estudios de campo han mostrado que los factores más importantes para los usuarios de las tres MSCs visitadas son la oferta de alimento, la puesta en marcha de una aplicación de smartphone para procesar transacciones en MSC, el debate en torno al papel del microcrédito para

Conclusiones

emprendimientos, la difusión de MSCs (ferias, páginas web, espacio físico...), entre otros.

Referencias

- ACI (1995), "Los Principios Cooperativos del Siglo XXI." *CIRIEC-España, Revista De Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 19, pp. 37 – 39.
- Albuquerque, P. C. y Stotz, E. (2004), "A educação popular na atenção básica à saúde no município: em busca da integralidade." *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, vol. 8, pp. 259 – 274.
- Aldridge, T.J. et al. (2003), "Trading Places: geography and the role of Local Exchange Trading Schemes in local sustainable development." In Buckingham, S. y Theobald, K. (ed.), *Local environmental sustainability*, Woodhead, Cambridge, pp. 169 – 194.
- Alfred, J. (1998), "A Public Management Road Less Travelled: Clients as Co-Producers of Public Services." *Australian Journal of Public Administration*, vol. 57, pp. 128 – 137.
- Amato, M. (2006), "Qu'est-ce que la monnaie ? Réflexions sur l'enjeu de l'institution monétaire". In *Exclusion et Liens Financiers Monnaies Sociales, Rapport 2005 – 2006*, Economica, París, pp. 43 – 57.
- Amato, M. y Fantacci, L. (2014), *Saving the Market from Capitalism*, Polity, Cambridge.
- Anderson, E. W. et al. (1994), "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: findings from Sweden." *Journal of Marketing*, vol. 58, (julio de 1994), pp. 53 – 66.
- Andreasen, A. R. (1995), *Marketing Social Change – Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Andreasen, A. R. (2006), *Social marketing in the 21st Century*, SAGE Publications, Thousand Oaks (California).
- Ardron, M. y Lietaer, M. (2006), "Complementary Currency Innovation: Self-guarantee in peer-to-peer currencies." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 10, pp. 1 – 7.
- Bagozzi, R. (1975), "Marketing as exchange." *Journal of Marketing*, vol. 39, pp. 32 – 39.
- Barker, D. A. (1913), *The Theory of Money*, Cambridge University Press, Londres.

Referencias

- Barone, M. J. et al. (2000), "The Influence of Cause-Related Marketing on Consumer Choice: Does One Good Turn Deserve Another?" *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 28, pp. 248 – 262.
- Bentham, J. (1787), *Defence of Usury*, T. Payne and Son, Londres.
- Bernal, F. (2011), *Finanzas Alternativas, Éticas y Solidarias: El caso de Andalucía*, Atrapasueños, Sevilla.
- Blanc, J. (2000), *Les monnaies parallèles*, L'Harmattan, Paris.
- Blanc, J. (2002), "Formes et rationalités du localisme monétaire." *L'Actualité économique*, vol. 78, pp. 347 – 369.
- Blanc, J. (2011), "Classifying "CCs": Community, complementary and local currencies' types and generations." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 D, pp. 4 – 10.
- Böhm-Bawerk, E. (1884), *Geschichte und Kritik der Kapitalzins-Theorien*, Verlag der Wagner'schen Universitäts-Buchhandlung, Innsbruck (Austria).
- Bordo, M. D. y Redish, A. (1987), "Why did the Bank of Canada Emerge in 1935?." *The Journal of Economic History*, Vol. 47, No. 2, pp. 405 - 417.
- Boulding, W. et al. (1993), "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions". *Journal of Marketing Research*, vol. XXX, pp. 7 – 27.
- Brenes, E. (2011), "Complementary Currencies for Sustainable Local Economies in Central America." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 D, pp. 32 – 38.
- Brenes, E. (2013), "Monedas complementarias y ambiente." *Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible*, no. 10 (abril de 2013), pp. 111 – 147.
- Broz, J. L. y Grossman, R. S. (2004), "Paying for privilege: the political economy of Bank of England charters, 1694–1844." *Explorations in Economic History*, vol. 41, pp. 48 – 72.
- Cahn, E. (1992), *Time Dollars – the new currency that enables Americans to turn their hidden resources – time – into personal security & community renewal*, Rodale Press, Emmaus (Pennsylvania, Estados Unidos).
- Cahn, E. (2000), *No More Throw-away People*, Essential Books, Washington D.C.

- Cahn, E. S. (2001), "On LETS and Time Dollars." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 5.
- Caldano, M. (2007), "La experiencia de la Cooperativa Escolar y Banco de Horas Comunitario 'Olga Cossettini'." In Plasencia A. y Orzi, R. (comp.), *Moneda social y mercados solidarios – Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*, Ciccus, Buenos Aires, pp. 89 – 96.
- Caldwell, C. (2000), "Why Do People Join Local Exchange Trading Systems?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 4.
- Castro, J. y Ochoa, M. (2014), "La experiencia del Túmin: mercado alternativo, economía solidaria y autogestión." In Martí i Puig y Dietz (coords.), *Empoderamiento y Educación Superior en Contextos Interculturales en México*, Bellaterra, Barcelona, pp. 185 – 204.
- Chalaux, A. y Grau, M. (2000), *Assaig sobre moneda, mercat i societat*, Centre d'Estudis Joan Bardina, Barcelona.
- Chin, A. T. H. (2002), "Impact of Frequent Flyer Programs on the Demand for Air Travel." *Journal of Air Transportation*, vol. 7, pp. 53 – 86.
- Clohesy, W. W. (2003), "Fund-Raising and the Articulation of Common Goods." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 32, pp. 128 – 140.
- Cobb-Walgren, C. J. et al. (1995), "Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent." *Journal of Advertising*, vol. 24, pp. 25 – 40.
- Collom, E. (2005), "Community currency in the United States: the social environments in which it emerges and survives." *Environment and Planning A* 2005, vol. 37, pp. 1565 – 1587.
- Collom, E. (2007), "The Motivations, Engagement, Satisfaction, Outcomes, and Demographics of Time Bank Participants: Survey Findings from a U.S. System." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 11, pp. 36 – 83.
- Collom, E. (2012), "Key Indicators of Time Bank Participation: Using Transaction Data for Evaluation." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16 A, pp. 18 – 29.
- Coraggio, J. L. (2003), "Las redes de trueque como institución de la economía popular". In Hintze, S. (edit.), *Trueque y Economía Solidaria*, Prometeo Libros, Buenos Aires, pp. 259 – 275.

Referencias

- Coraggio, J. L. (2011), *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*, Ediciones Abya-Yala, Quito.
- Cortés, F. J. (2010), *Finanzas éticas: banca ética, microfinanzas y monedas sociales*, La Hidra de Lerna, Madrid
- Coupland, S. (2015), "Attributing the Melle coins of Charlemagne (768-814) and Charles the Bald (840-877), particularly single finds from the Netherlands." Koninklijk Nederlands Genootschap voor Munt-Penningkunde, *Jaarboek vor Munt en Penningkunde 2015 (102)*, Amsterdam, pp. 61 – 96.
- Dann, S. (2008), "Adaptation and Adoption of the American Marketing Association (2007) Definition for Social Marketing." *Social Marketing Quarterly*, vol. 14, pp. 92 – 100.
- Davies, S. J. (2002), "The past and present of "local currencies"; with especial reference to England and Japan." Kobe University Research Institute for Economics and Business Administration, *Kobe Economic & Business Review*, 47, Kobe (Japón), pp. 117 – 141.
- Davies, O. (2014), *One-Month Money*, Harriman House, Petersfield (Reino Unido).
- Dearing, J. et al. (1996), "Social Marketing and Diffusion-Based Strategies for Communicating with Unique Populations: HIV prevention in San Francisco." *Journal of Health Communication*, vol. 1, pp. 343 – 363.
- Dekay, F. et al. (2009), "Loyalty Programs: Airlines Outdo Hotels." *Cornell Hospitality Quarterly*, August 2009 vol. 50, pp. 371 – 382.
- de Azpilcueta, M. (1556), *Comentario resolutorio de usuras*.
- de Capmany, A. (1779), *Memorias históricas sobre la marina, comercio y artes de la antigua ciudad de Barcelona*, vol. I, Real Justa y Consultado de Comercio de Barcelona, Barcelona. Republicado en 1961 por la Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Barcelona.
- De França, G. C. (2013), "Por que os BCDs são uma forma de organização original?" In Melo, J. y Braz, J. (ed.), *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando*, A9, São Paulo, pp. 83 – 93.
- de Mercado, T. (1569), *Tratos y contratos de mercaderes y tratantes*.
- De Pelsmacker, P. et al. (2006), "Do Consumers Care about Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee." *Journal of Consumer Affairs*, vol. 39, pp. 363 – 385.

- de Roover, R. (1948), *Money, Banking and Credit in Medieval Bruges*, Medieval Academy of America, Cambridge (Massachusetts).
- Del Mar, A. (1885), *A History of Money in Ancient Countries*, George Bell and Sons, Londres.
- Della Peruta, M. y Torre, D. (2015), "Virtual Social Currencies for Unemployed People: Social Networks and Job Market Access." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 D, pp. 31 – 41.
- Dittmer, K. (2011), "Communal Currencies in Venezuela." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 78 – 83.
- Douthwaite, R. (1999), *The Ecology of Money*, Greenbooks, Totnes (Reino Unido).
- Douthwaite, R. (2011), "Degrowth and the supply of money in an energy-scarce world." *Ecological Economics*, doi:10.1016/j.ecolecon.2011.03.020.
- Eichengreen, B. y Sachs, J. (1985), "Exchange Rates and Economic Recovery in 1930s." *The Journal of Economic History*, vol. 45, pp. 925 – 946.
- Eisenberg, E. O. (1932), "Usury and Small Loan Legislation." *Marquette Law Review*, vol. 17, pp. 60 – 66.
- Equipe NESOL-USP (2013), "Banco Palmas: resultados para o desenvolvimento comunitário e a inclusão financeira e bancária." In Melo, J. y Braz, J. (ed.), *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando*, A9, São Paulo, pp. 105 – 178.
- Fantacci, L. (2006), "Qu'est-ce que la monnaie? La question de la complémentarité à partir des institutions historiques de la monnaie occidentale." In *Exclusion et Liens Financiers Monnaies Sociales, Rapport 2005 - 2006*, Economica, París, pp. 59 – 72.
- Fare, M. (2011), "The SOL: A Complementary Currency for the Social Economy and Sustainable Development." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 D, pp. 57 – 60.
- Fare, M. (2012a), "Les apports de deux dispositifs de monnaies sociales, le SOL et l'Accorderie, au regard des enjeux du développement local soutenable." *Revue internationale de l'économie sociale : Recma*, n° 324, 2012, pp. 53 – 69.
- Fare, M. et al. (2015) "Territorial development and Community currencies: symbolic meanings in Brazilian Community development banks." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 D, pp. 6 – 17.
- Felber, C. (2012), *La economía del bien común*, Deusto, Barcelona.

Referencias

- Felber, C. (2014), *Dinero: de fin a medio*, Deusto, Barcelona.
- Fisher, I. (1912), *The Purchasing power of Money: its determination and relation to credit interest and crises*, The MacMillan Company, Nueva York.
- Fisher, I. (1936), "100% Money and the Public Debt". *Economic Forum Spring Number*, April-June 1936, pp. 406 – 420.
- Fitzpatrick, T. (2000), "LETS and Benefit Claiming in the UK: Results of a Pilot Project." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 4.
- Freire, P. (1970), *Pedagogia do Oprimido*, Paz e Terra, Rio de Janeiro.
- Freire, M. (2009), "Social, economy and central banks: legal and regulatory issues on social currencies (social money) as a public policy instrument consistent with monetary policy." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 13, pp. 76 – 94.
- Freudenberg, N. et al. (1995), "Strengthening Individual and Community Capacity to Prevent Disease and Promote Health: In Search of Relevant Theories and Principles." *Health Education Quarterly*, vol. 22, pp. 290 – 306.
- Friedman, M. (1951), "Commodity-Reserve Currency." *Journal of Political Economy*, vol. 59, pp. 203 – 232.
- Gadotti, M. (2004), *Os mestres de Rousseau*, Cortez, São Paulo.
- Gadotti, M. (2009), *Economia Solidária como Práxis Pedagógica*, Instituto Paulo Freire, São Paulo.
- Gaiger, L. I. (2004), "A Economia Solidária e o Projeto de Outra Mundialização." *DADOS - Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 47, pp. 799 – 834.
- Galbraith, J. (1983), *El Dinero*, Ediciones Orbis, Barcelona.
- Gallopín, G. (2003), *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico*, Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Galt, R. E. (2011), "Counting and Mapping Community Supported Agriculture (CSA) in the United States and California: Contributions from Critical Cartography/GIS." *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 2011, 10 (2), pp. 131 – 162.
- Galtung, J. (1969), "Violence, Peace, and Peace Research." *Journal of Peace Research*, vol. 6, pp. 167 – 191.

- García Jané, J. (2009a), "La democracia económica: una propuesta del socialismo democrático y autogestionario del Mercado." In Comín, A. y Gervasoni, L. (coords.), *Democracia Económica: Hacia una alternativa al capitalismo*, Icaria, Barcelona, pp. 175 – 188.
- García Jané, J. (2009b), "La cooperativa de trabajo, una aproximación a la empresa democrática y social." In Comín, A. y Gervasoni, L. (coords.), *Democracia Económica: Hacia una alternativa al capitalismo*, Icaria, Barcelona, pp. 247 – 270.
- Garrán, J. M. (1989), "La concepción del préstamo y la usura en los maestros salmantinos Francisco de Vitoria y Domingo de Soto." *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*, no. 4, pp. 123 – 134.
- Gatch, L. (2012), "Tax anticipation script as a form of local currency in the USA during the 1930s." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16, D pp. 22 – 35.
- Gelleri, C. (2009), "Chiemgauer Regiomoney: Theory and practice of a local currency." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 13, pp. 61 – 75.
- Gesell, S. (1916), *Die natürliche Wirtschaftsordnung durch Freiland und Freigeld*, Les Hauts Geneveys (Suiza). Hoy en día disponible como *Silvio Gesell Gesammelte Werke Band 11*, Gauke, Kiel (Alemania).
- Gil, I. y González Gallarza, M. (2008), "La investigación en valor percibido desde el marketing." *Innovar* vol.18 no. 31, pp. 9 – 18.
- Godschalk, H. (2012), "Does demurrage matter for complementary currencies?" *International Journal on Community Currency Research*, vol. 16 D, pp. 58 – 69.
- Gomez, G. M. (2009), *Argentina's Parallel Currency*, Pickering & Chatto, Londres.
- Gomez, G. M. (2012), "Sustainability of the Argentine Complementary Currency Systems: Four Governance Systems." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16 D, pp. 80 – 90.
- Gomez, G. M. (2015), "Price Setting Mechanisms in Complementary Currencies in Argentina's Redes de Trueque." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 D, pp. 42 – 52.
- Graeber, D. (2011), *Debt: the first 5,000 years*, Melville House Publishing, Nueva York.

Referencias

- Gran, E. (1998), "Green Domination In Norwegian Letsystems: Catalyst For Growth Or Constraint On Development?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 2.
- Greco, T. H., Jr. (1990), *Money and Debt: A Solution to the Global Crisis* (second edition), Thomas Greco, Tucson (Arizona, Estados Unidos).
- Greco, T. H., Jr. (2001), *Money – Understanding and Creating Alternatives to Legal Tender*, Chelsea Green Publishing, White River Junction (Vermont, Estados Unidos).
- Greco, T. H. Jr. (2006), "Réinventer l'argent : un remède à l'exclusion financière." In *Exclusion et Liens Financiers Monnaies Sociales, Rapport 2005 - 2006*, Economica, París, pp. 121 – 134.
- Greco, T. H. Jr. (2009), *The End of Money and the Future of Civilization*, Chelsea Green Publishing, White River Junction (Vermont, Estados Unidos).
- Greco, T. H. Jr. (2013), "Taking moneyless exchange to scale: measuring and maintaining the health of a credit clearing system." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 17 A, pp. 19 – 25.
- Gregory, L. (2009), "Change Takes Time: Exploring Structural and Developmental Issues of Time Banking." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 13, pp. 19 – 32.
- Grice-Hutchinson, M. (1952), *The School of Salamanca: Readings in Spanish monetary theory 1544-1605*, Clarendon Press, Oxford.
- Grönroos, C. (1994), "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing." *Management Decision*, vol. 32, pp. 4 – 20.
- Grönroos, C. (1996), "Relationship marketing: strategic and tactical implications." *Management Decision*, vol. 34, pp. 5 – 14.
- Groppa, O. (2013), "Complementary currency and its impact on the economy." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 17 A, pp. 45 – 57.
- Hamilton, E. J. (1975), *El tesoro americano y la revolución de los precios en España, 1501-1650*, Editorial Ariel, Esplugues de Llobregat (Bracelona).
- Hayashi, M. (2012), "Japan's Fureai Kippu Time-Banking in elderly care: origins, development, challenges and impact." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16 A, pp. 30 – 44.

- Hayek, F. A. (1943), "A Commodity Reserve Currency." *The Economic Journal*, vol. 53, pp. 176 – 184.
- Hayek, F. A. (1974), *Denationalisation of Money: The Argument Refined*, The Institute of Economic Affairs, Londres.
- Hintze, S., et al. (2003) "Documento base de la Jornada Nacional sobre Trueque y Economía Solidaria." In Hintze, S. (edit.), *Trueque y Economía Solidaria*, Prometeo Libros, Buenos Aires, pp. 19 – 104.
- Hobbes, T. (1642), *De Cive*.
- Homer, S. y Sylla, R. (1963), *A History of Interest Rates*, Rutgers University Press, New Brunswick (Nueva Jersey).
- Hopkins, R. (2008), *The Transition Handbook*, Green Books, Totnes (Reino Unido).
- Huber, J. (2017), *Sovereign Money: beyond reserve banking*, Palgrave Macmillian, Alphen aan den Rijn (Países Bajos).
- Huerta de Soto, J. (2016), *Dinero, Crédito Bancario y Ciclos Económicos Sexta Edición*, Unión Editorial, Madrid.
- Hughes, N. (2015), "The Community Currency Scene in Spain." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 A, pp. 1 – 11.
- Ingham, G. (1996), "Money is a social relation." *Review of Social Economy*, vol. LIV, pp. 507 – 529.
- Ingleby, J. (1998), "Local Economic Trading Systems: Potentials for New Communities of Meaning: a brief exploration of eight LETSsystems, with a focus on decision making." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 2.
- Jackson, M. (1997) "The Problem Of Over-Accumulation: Examining and Theorising The Structural Form Of LETS." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 1.
- Jackson, A. y Dyson, B. (2012), *Modernising money – why our monetary system is broken and how it can be fixed*, Positive Money, Londres.
- Jacob, J. et al. (2004a), "HOUR Town: Paul Glover and the Genesis and Evolution of Ithaca HOURS." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 8, pp. 29 – 41.
- Jacob, J. et al. (2004b), "The Social and Cultural Capital of Community Currency An Ithaca HOURS Case Study Survey." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 8, pp. 42 – 56.

Referencias

- Jansen, M. A. (2013), "Bitcoin: the political 'virtual' of an intangible material currency." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 17 A, pp. 8 – 18.
- Jayo, M. et al. (2009), "Microcredit and Innovative Local Development in Fortaleza, Brazil: The Case of Banco Palmas." *Canadian Journal of Regional Science*, XXXII 1 (Spring 2009), pp. 115 – 128.
- Jelínek, P. et al. (2012), "Local Exchange Trade Systems in Central European Post Communist Countries." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16 D, pp. 116 – 123.
- Jevons, W. S. (1875), *Money and the Mechanism of Exchange*, D. Appleton and Co., Nueva York.
- Jiménez Herrero, L. (2000), *Desarrollo sostenible: transición hacia la co-evolución global*, Ed. Pirámide, Madrid.
- Jones, S. D. (2011a), "A theoretical framework for shared monetary governance." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 23 – 30.
- Jones, S. D. (2011b), "Money and Participatory Governance: A Review of the literature." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 56 – 68.
- Junta de Buen Gobierno (2014), *Aceptamos Túmin – Mercado Alternativo, Economía Solidaria y Autogestión*, Códice / Taller editorial, Ciudad de México.
- Kalder, N. (1980), "Monetarism and UK monetary policy." *Cambridge Journal of Economics*, vol. 4, Oxford University Press, pp. 293 – 318.
- Kalife, N. M. (2016), "La genèse du franc CFA." In Nubukpo, K. et al. (dir.), *Sortir l'Afrique de la servitude monétaire: À qui profite le franc CFA ?*, La Dispute, París, pp. 81 – 100.
- Kang, J. y Hong, B. (2015), "Community currency in Korea: How do we envision community currency?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19, pp. 1 – 9.
- Kelman, H. G. (1961), "Processes of Opinion Change." *Public Opinion Quarterly*, vol. 25, pp. 57 – 78.
- Kennedy, M. (1998), *Dinero sin inflación ni tasas de interés*, Editorial del Nuevo Extremo, Buenos Aires.

- Kennedy, M. (2006), "Pourquoi avons-nous besoin d'innovations monétaires ? Trois erreurs courantes, trois conséquences probables, trois solutions possibles." *Exclusion et Liens Financiers Monnaies Sociales, Rapport 2005 - 2006, Economica*, París, pp. 99 – 119.
- Kennedy, M. y Lietaer, B. (2010), *Moneda Regional – Nuevos instrumentos para una prosperidad sustentable*, La Hidra de Lerna, Madrid.
- Kent, D. (2005), *Healthy Money, Healthy Planet – Developing sustainability through new Money systems*, Craig Potton, Nelson (Nueva Zelanda)
- Keynes, J. M. (1924), *A tract on monetary reform*, MacMillian and Co., Limited, Londres.
- Keynes, J. M. (1936), *The General Theory of Employment, Interest and Money*, Macmillan Press, Londres.
- Keynes, J. M. (1980), "Proposals for an international clearing union." In Moggridge, D. (ed.), *The Collected Writings of John Maynard Keynes Volume XXV: Activities 1940 – 1944 Shaping the post-war world: the Clearing Union*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 168 – 196.
- Kim, W. C. y Mauborgne, R. (2008), *La estrategia del océano azul*, Edigrabel, Barcelona.
- Kindleberger, C. P. y Aliber, R. Z. (2005), *Manias, Panics and Crashes: A History of Financial Crises, Fifth Edition*, John Wiley & Sons, Hoboken (Nueva Jersey).
- King, M. (2016), *El fin de la alquimia: dinero, banca y el futuro de la economía global*, Deusto, Barcelona.
- Kirschner, A. (2011), "The Burlington Currency Project: A History." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 42 – 55.
- Knapp, G. F. (1924), *The State Theory of Money*, Macmillan and Company Limited, Londres.
- Kohli, A. K. y Jaworski, B. J. (1990), "Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications." *Journal of Marketing*, vol. 54, pp. 1 – 18.
- Kotler, P. (2005), "The Role Played by the Broadening of Marketing Movement in the History of Marketing Thought." *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 24 (1), pp. 114 – 116.

Referencias

- Kotler, P. y Levy, S. J. (1969), "Broadening the Concept of Marketing." *Journal of Marketing*, vol. 33, pp. 10 – 15.
- Kotler, P. y Zaltman, G. (1971), "Social Marketing: an Approach to Planned Social Change." *Journal of Marketing* vol. 35, pp. 3 – 12.
- Krohn, G. A. y Snyder, A. M. (2008), "An economic analysis of contemporary local currencies in the United States." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 12, pp. 53 – 68.
- Krugman, P. R. (2012), *¡Acabad ya con esta crisis!*, Crítica, Barcelona.
- Jaworski, B. J. y Kohli, A. K. (1993), "Market Orientation: Antecedents and Consequences." *Journal of Marketing*, vol. 57, pp. 53 – 70.
- Laacher, S. (1998), "L'État et les systèmes d'échanges locaux (SEL). Tensions et intentions à propos des notions de solidarité et d'intérêt général." *Politix*, vol. 11, pp. 123 – 149.
- Laacher, S. (1999), "Nouvelles formes de sociabilités ou les limites d'une utopie politique: L'exemple des Systèmes d'Échange Local (SEL)" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 3.
- Laville, J. L., (2001), "Les raisons d'être des associations". In *Association, démocratie et société civile*, Paris, La Découverte, Syros, coll. « Recherches », pp. 61 – 140.
- Laville, J. L., (2009a), "La economía solidaria: un movimiento internacional." In Laville, J. L. y García Jané, J., *Crisis capitalista y economía solidaria: una economía que emerge como alternativa real*, Icaria, Barcelona, pp. 17 – 62.
- Laville, J. L., (2009b), "La economía solidaria en perspectiva." In Laville, J. L. y García Jané, J., *Crisis capitalista y economía solidaria: una economía que emerge como alternativa real*, Icaria, Barcelona, pp. 63 – 128.
- Lazzarato, M. (2011), *La fabrique de l'homme endetté*, Éditions Amsterdam, París.
- Lee et al. (2004), "Making geographies and histories? Constructing local circuits of value." *Environment and Planning D: Society and Space*, volume, 22, pp. 595 – 617.
- Lefebvre, R. C. y Flora, J. A. (1988), "Social Marketing and Public Health Intervention." *Health Education Quarterly*, vol. 15 (3), pp. 299 – 315.
- León. M. (2008), "Ecuador: La búsqueda de un "nuevo modelo."" *América Latina en movimiento*, año XXXII, vol. 430, pp. 34 – 35.

- León, M. (2014), "Economía Solidaria y Buen Vivir. Nuevos enfoques para una nueva economía." In *REAS Euskadi, Sostenibilidad de la vida. Aportaciones desde la Economía Solidaria, Feminista y Ecológica*, Bilbao, pp. 43 – 54.
- Lepofsky, J. y Bates, L. K. (2005), "Helping Everyone Have PLENTY: Addressing Distribution and Circulation in an HOURS-based Local Currency System." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 9, pp. 1 – 20.
- Lévi-Strauss, C. (1949), *Les Structures Élémentaires de la Parenté*, Presse Universitaire de France, Paris.
- Liesch, P. W. y Birch, D. (2000), "Community-based LETSsystems in Australia: Localised Barter in a Sophisticated Western Economy." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 4.
- Lietaer, B. (2000), *Mysterium Geld – Emotionale Bedeutung und Wirkungsweise eines Tabus*, Riemann, Munich.
- Lietaer, B. (2001), *The Future of Money – Creating new wealth, work and a wiser world*, Century, Londres.
- Lietaer, B. (2004a), "Complementary Currencies in Japan Today: History, Originality and Relevance." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 8., pp. 1 – 23.
- Lietaer, B. (2006a), "Des monnaies pour les communautés et les régions biogéographiques : un outil décisif pour la redynamisation régionale au XX^E siècle." *Exclusion et Liens Financiers Monnaies Sociales, Rapport 2005 - 2006, Economica, París*, pp. 73 – 97.
- Lietaer, B. (2006b), "A Proposal for a Brazilian Education Complementary Currency." *International Journal of Community Currency Research*. vol. 10, pp. 18 – 23.
- Lietaer, B. y Belgin, S. (2012), *New Money for a New World*, Qiterra Press, Boulder (Colorado, Estados Unidos).
- Lietaer, B. et al. (2012), *Money and Sustainability – The Missing Link*, Triarchy Press, Devon (Reino Unido).
- Lietaer, B. y Primavera, H. (2013), "Moedas complementares, bancos comunitários e o futuro que podemos construir." In Melo, J. y Braz, J. (ed.), *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando*, A9, São Paulo, pp. 61 – 73.

Referencias

- Lizotte, M. y Duhaime, G. (2011), "L'Accorderie and Le Jardin D'Échange Universel (JEU) in Quebec: A comparative case study." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15, pp. 47 – 51.
- Lopezllera, L, y DeMeulenaere, S. (2000), "Towards an Economy in the Hands of the People: The Tianguis Tlaloc Local Currency System in Mexico." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 4.
- Louge, C. (2005), "Historia del trueque en Latinoamérica y la Argentina." In Lietaer, B., *El Futuro del Dinero*, Longseller, Buenos Aires, pp. 463 – 486.
- Macleod, H. D. (1889), *Theory of Credit*, Longmans Green and Co., Londres.
- Madurell, J. M. (1969), "Quiebras en la vida mercantil catalana." In España, *Anuario de Historia del Derecho Español*, Madrid, pp. 577 – 670.
- Mankiw, N. G. (2012), *Principios de Economía*, Cengage Learning, Ciudad de México.
- Maibach, E. W. et al. (2007), "Communication and marketing as tools to cultivate the public's health: a proposed "people and places" framework." *BMC Public Health*, 2007; 7: 88.
- Marx, K. (1867), *El Capital Tomo I*, Otto Meissner, Hamburgo.
- Mascornick, J. (2007), "Local Currency Loans and Grants: Comparative Case Studies of Ithaca HOURS and Calgary Dollars." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 11, pp. 1 – 22.
- Mastronardi, P. (2013), "Die Vollgeldreform als Verfassungsinitiative aus juristischer Sicht" In Verein Monetäre Modernisierung, *Die Vollgeld-Reform: Wie Staatsschulden abgebaut und Finanzkrisen verhindert werden können*, Edition Zeitpunkt, Rossdorf (Alemania), pp. 61 – 72.
- McKenzie-Mohr, D. (2000), "Promoting Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing." *Journal of Social Issues*, vol. 56, pp. 543 – 554.
- Melo, J. (2009), *Viva Favela! – Quand les démunis prennent leur destin en main*, Michel Lafon, Neuilly-sur-Seine (Francia).
- Méndez, E. y Altés, J. (2009), *Los bancos de tiempo – Experiencias de intercambio no monetario*, Graó, Barcelona.
- Minsky, H. P. (1986), *Stabilizing an unstable economy*, Yale University Press, New Haven (Connecticut).

- Mitchell-Innes, A. (1913), "What is Money?" *The Banking Law Journal*, May 1913, pp. 377 – 408.
- Mitchell Innes, A. (1914), "The Credit Theory of Money." *The Banking Law Journal*, vol. 31, pp. 151 – 168.
- Molina, A. y González, R. (2006), *Banco del Tiempo Escolar como un ejemplo de cómo iniciar y mantener un banco del tiempo*, Ayuntamiento de San Javier (Murcia).
- Molnar, S. (2011), "Time is of the Essence: The challenges and achievements of a Swedish time banking initiative." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 13 – 22.
- Monroe, K. B. (1992), *Política de precio: para hacer rentables las decisiones*, McGraw-Hill, Madrid.
- Morgan, R. M. y Hunt, S. D. (1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing*, vol. 58, pp. 20 – 38.
- Mouatt, S. (2010), "The case for monetary diversity." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 14, pp. 17 – 28.
- Narver, J. C. y Slater, S. F. (1990), "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability." *Journal of Marketing*, vol. 54, pp. 20 – 35.
- Naughton-Doe, R. (2011), "Time Banking in Social Housing: A Toolkit for Co-production in Public Services." *International Journal on Community Currency Research*, vol. 15, pp. 73 – 76.
- Navarro, V. et al. (2011), *Hay alternativas: Propuestas para crear empleo y bienestar social en España*, Sequitur, Madrid.
- Needham, C. (2007), "Realising the Potential of Co-production: Negotiating Improvements in Public Services." *Social Policy & Society*, vol. 7, pp. 221 – 231.
- Noguera, J. A. (2009), "Capitalismo y justicia: los términos de la cuestión." In Comín, A. y Gervasoni, L. (coords.), *Democracia Económica: Hacia una alternativa al capitalismo*, Icaria, Barcelona., pp. 51 – 81.
- Nordhaus, W. D. y Tobin, J. (1973), "Is Growth Obsolete?" In Nordhaus, W. D. y Tobin, J. (ed.), *Economic Research: Retrospect and Prospect*, Vol. 5, Economic Growth, NBER, Cambridge (Massachusetts), pp. 1 – 80.
- North, P. (2004), Kaláka and Kör: "Green money and mutual aid in Hungary." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 8, pp. 24 – 28.

Referencias

- North, P. (2006), *Alternative Currency Movements as a Challenge to Globalisation? – A Case Study of Manchester’s Local Currency Networks*, Ashgate, Hants (Reino Unido).
- North, P. (2007), *Money and Liberation – The Micropolitics of Alternative Currency Movements*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- North, P. (2010a), “The Longevity of Alternative Economic Practices: Lessons from Alternative Currency Networks.” In: Fuller, D. et al. (edit.), *Interrogating Alterity: Alternative Economic and Political Spaces*, Ashgate Publishing Limited, Surrey (Reino Unido), pp. 31 – 46.
- North, P. (2010b), *Local Money – How to make it happen in your community*, Green Books, Totnes (Reino Unido).
- Novaes, H. T. y Castro, M. P. (2011), “Em busca de uma pedagogia da produção associada.” In Benini, E. A. et al. (organizadores), *Gestão Pública e Sociedade: Fundamentos e Políticas Públicas de Economia Solidária Vol. I*, Editora outras expressões, São Paulo, pp. 125 – 166.
- Nubukpo, K. (2016), “Le franc CFA et le financement de l’émérgence en zone franc.” In Nubukpo, K. et al. (dir.), *Sortir l’Afrique de la servitude monétaire: À qui profite le franc CFA ?*, La Dispute, París, pp. 123 – 133.
- Orzi, R. (2007), “Utopía, base material y valores en la construcción de emprendimientos de economía social y solidaria: El caso de la cooperativa escolar y banco de horas comunitario ‘Olga Cossettini.’” In Plasencia A. y Orzi, R. (comp.), *Moneda social y mercados solidarios – Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*, Ciccus, Buenos Aires, pp. 131 – 146.
- Orzi, R. (2012), “La experiencia de la Cooperativa y Banco de Horas de Trabajo Olga Cossettini, Capilla del Monte, Córdoba.” In Orzi, R. (comp.), *Moneda social y mercados solidarios II, La moneda social como lazo social*, Ciccus, Buenos Aires, pp. 239 – 257.
- Ozanne, L. K. (2010), “Learning to exchange time: benefits and obstacles to time banking.” *International Journal of Community Currency Research*, vol. 14, pp. 1 – 16.
- Papaoikonomou, E. y Valor, C. (2016), “The Institutionalization of Alternative Economies The Processes of Objectification in Time Banks.” *Journal of Macromarketing*, October 2016, pp. 167 – 179.

- Pereyra, F. (2007), "Exploring gender divisions in a community currency scheme: the case of the barter network in Argentina." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 11, pp. 98 – 111.
- Pfajfar, D et al. (2012), "Are alternative currencies a substitute or a complement to fiat money? Evidence from cross-country data." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 16 A, pp. 45 – 56.
- Pfeiffer, J. (2004), "Condom Social Marketing, Pentecostalism, and Structural Adjustment in Mozambique: A Clash of AIDS Prevention Messages." *Medical Anthropology Quarterly* 18(1), pp. 77 – 103.
- Pierret, D. (1999), "Cercles d'Échanges, cercles vertueux de la solidarité : Le cas de l'Allemagne." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 3.
- Piketty, T. (2015), *El capital en el siglo XXI*, RBA, Barcelona.
- Piotrow, P. T. et al. (1997), *Health Communication: Lessons from Family Planning and Reproductive Health*, Praeger, Londres.
- Place, C. y Bindewald, L. (2015), "Validating and improving the impact of complementary currency systems through impact assessment frameworks." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 D, pp. 152 – 164.
- Plinge, J. W. (2001), "Commodity Currencies for Fair and Stable International Exchange Rates." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 5.
- Poitras, G. (2000), *The Early History of Financial Economics, 1478-1776 - From Commercial Arithmetic to Life Annuities and Joint Stocks*, Edward Elgar Publishing, Aldershot (Reino Unido).
- Polanyi, K. (1944), *The Great Transformation – the political and economic origins of our time*, Farrar & Rinehart, Nueva York.
- Polanyi, K. (1977), *The Livelihood of Man*, Academic Press, Nueva York.
- Powell, J. (2002a), "Community Currencies: Alternative Development at the Conjunction of Feminism and Associationalism." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 6.
- Powell, J. (2002b), "Petty Capitalism, Perfecting Capitalism or Post-Capitalism? Lessons from the Argentinean Barter Experiments." *Review of International Political Economy*, vol. 9, pp. 619 – 649.
- Prahalad, C. K. y Ramaswamy, V. (2004), "Co-creation experiences: the next practice in value creation." *Journal of interactive marketing*, vol. 18, pp. 5 – 14.

Referencias

- Pullen, J. M. y Smith, G. O. (1997), "Major Douglas and Social Credit: A Reappraisal." *History of Political Economy*, vol. 29:2, pp. 219 – 273.
- Putnam, R. et al. (1994), *Making Democracy work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton (Nueva Jersey).
- Quarter, J, et al. (2001), "Comparing Member-Based Organizations within a Social Economy Framework." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 30, pp. 351 – 375.
- Rabin, A. (2004), *Monetary Theory*, Edward Elgar, Northampton (Massachusetts).
- Ravald, A. y Grönroos, C. (1996), "The value concept and relationship marketing." *European Journal of Marketing*, vol. 30, pp. 19 – 30.
- Razeto, L. (1991), *Empresas de Trabajadores y Economía de Mercado*, Ediciones PET, Santiago de Chile.
- Reichheld, F. F. y Sasser, W. E. Jr. (1990), "Zero Defections: Quality comes to Services." *Harvard Business Review*, September – October, pp. 105 – 111.
- Ripollès, P. P. (2002), "La moneda romana imperial y su circulación en Hispania." *Archivo Español de Arqueología*, vol. 75, pp. 195 – 214.
- Rizzo, P. (2003), *L'économie sociale et solidaire face aux expérimentations monétaires – Monnaies sociales et Monnaies multilatérales*, l'Hermattan, París.
- Rogers, J. (2011), "On the money: Getting the message out." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 D, pp. 11 – 16.
- Ryan-Collins, J. (2011), "Building Local Resilience: The Emergence of the UK Transition Currencies." *International Journal of Community Currency Research*, Vol. 15 D, pp. 61 – 67.
- Sanchis, J. R. (2000), *Dirección estratégica de empresas cooperativas*, Promolibro, Valencia.
- Sanchis, J. R. (2016), *¿Es posible un mundo sin bancos? – La revolución de las finanzas éticas y solidarias*, El Viejo Topo, Vilassar de Dalt (Barcelona).
- Santacreu, J. M. (1986), *La Crisis Monetaria Española de 1937*, Universidad de Alicante, Alicante.
- Santana, M. E. (2011), "Recrear el dinero en una economía solidaria." *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 10, pp. 261 – 280.

- Schneider, F. et al. (2010), "Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. Introduction to this special issue." *Journal of Cleaner Production*, vol. 18, pp. 511 – 518.
- Schraven, J. (2000), "The Economics of Local Exchange and Trading Systems: a Theoretical Perspective." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 4.
- Schroeder, R. F. H. (2002), "Talent Tauschring Hannover (TTH): Experiences of a German LETS and the relevance of theoretical reflections." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 6.
- Schroeder, R. F. H. (2015), "The financing of complementary currencies: problems and perspectives." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 19 D, pp. 106 – 113.
- Schumpeter, J. A. (1954), *History of economic analysis*, New York University Press, Nueva York.
- Schwarz, F. (1951), *Das Experiment von Wörgl*, Verlagsgenossenschaft Freies Volk, Berna. (Hoy en día disponible desde Synergia Verlag, Darmstadt (Alemania)).
- Schweickart, D. (1997), *Más allá del capitalismo*, Sal Terrae, Maliaño (Cantabria).
- Scott Cato, M. (2006), "Argentina in the Red: What can the UK's Regional Economies Learn from the Argentinian Banking Crisis?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 10, pp. 43 – 55.
- Seyfang, G. (2001), "Community currencies: small change for a green economy." *Environment and Planning A*, vol. 33, pp. 975 – 996.
- Seyfang, G. (2002), "Tackling social exclusion with community currencies: learning from LETS to Time Banks." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 6.
- Seyfang, G. (2003), "Growing Cohesive Communities One Favour at a Time: Social Exclusion, Active Citizenship and Time Banks." *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 27.3, pp. 699 – 706.
- Seyfang, G. (2006), "Sustainable consumption, the new economics and community currencies: Developing new institutions for environmental governance." *Regional Studies*, 40:7, 781-791, DOI: 10.1080/00343400600959173.

Referencias

- Seyfang, G. (2010), "Time Banking: A New Economics Alternative." In Fuller, D. et al. (edit.), *Interrogating Alterity: Alternative Economic and Political Spaces*, Ashgate Publishing Limited, Surrey (Reino Unido), pp. 193 – 206.
- Sheth, J. N. y Uslay, C. (2007), "Implications of the Revised Definition of Marketing: From Exchange to Value Creation." *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 26, pp. 302 – 307.
- Shoham, A. et al. (2006), "Market Orientations in the Nonprofit and Voluntary Sector: A Meta-Analysis of Their Relationships With Organizational Performance." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 35, pp. 453 – 476.
- Simmel, G. (1978), *The Philosophy of Money*, Routledge, Londres.
- Singer, P. (2013) "O banco comunitário de desenvolvimento como política pública de economia solidária." In Melo, J. y Braz, J. (ed.), *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando*, A9, São Paulo, pp. 35 – 39.
- Smith, A. (1776), *The Wealth of the Nations*, Londres.
- Soddy, F. (1933), *Wealth, Virtual Wealth and Debt*. Reimpreso en 1961, Omni Publications, Londres.
- Soddy, F. (1934), *The Rôle of Money – What it should be, contrasted with what it has become*, George Routledge and Sons, Londres.
- Soler, F. (2014), *Lo pequeño es distinto (y por eso necesario)*. En *defensa de las cooperativas de crédito y de la biodiversidad del sistema financiero* en: Actas del XV Congreso de investigadores en economía social y cooperativa, Santander 25-26 de septiembre de 2014.
- Stears, M. (1999), "Needs, welfare and the limits of associationalism." *Economy and Society*, vol. 28, pp. 570 – 589.
- Stiglitz, J. (2015), *La gran brecha, qué hacer con las sociedades desiguales*, Taurus, Barcelona.
- Sutton, S. et al. (1995), "Strategic Questions for Consumer-Based Health Communications." *Public Health Reports*, vol. 110, pp. 725 – 733.
- Sylla, N. D. (2016), "Émerger avec le franc CFA, ou émerger du franc CFA ?" In Nubukpo, K. et al. (dir.), *Sortir l'Afrique de la servitude monétaire: À qui profite le franc CFA ?*, La Dispute, París, pp. 159 – 187.
- Thiel, C. (2011), "Complementary Currencies in Germany: The Regiogeld System." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 D, pp. 17 – 21.

- Thurlow, C. y Jaworski, A. (2006), "The alchemy of the upwardly mobile: symbolic capital and the stylization of elites in frequent-flier programmes." *Discourse & Society*, vol. 17 (1), pp. 99 – 135.
- Tinel, B. (2016), "Le fonctionnement et le rôle des comptes d'opérations entre la France et les pays africains." In Nubukpo, K. et al. (dir.), *Sortir l'Afrique de la servitude monétaire: À qui profite le franc CFA ?*, La Dispute, Paris, pp. 101 – 122.
- Tiriba, L. (2007), "Educação popular e pedagogia(s) da produção associada." *Cadernos CEDES*, Universidade de Campinas, vol. 27, p. 85 – 98, Campinas (Brasil).
- Toffler, A. (1980), *The Third Wave*, Pan Books, Londres.
- Toynbee, A. (1960), *A Study of History*, Oxford University Press, Oxford.
- Van Greuning, H. e Iqbal, Z. (2008), *Risk Analysis for Islamic Banks*, Banco Mundial, Washington D.C.
- van Kuik, M. (2009), "Time for Each Other: Working Towards a Complementary Currency Model to Serve the Anti-Poverty Policies of the Municipality of Landgraaf, the Netherlands." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 13, pp. 3 – 18.
- Varadarajan, P. R. y Menon, A. (1988), "Cause-Related Marketing: a Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy." *Journal of Marketing*, vol. 52, pp. 58 – 74.
- Varoufakis Y. (2012), *El Minotauro Global – Estados Unidos, Europa y el futuro de la economía mundial*, Debolsillo, Sant Andreu de la Barca (Barcelona).
- Vasconcelos, E. M. (2001), "Redefinindo as práticas de saúde a partir de experiências de educação popular nos serviços de saúde." *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, vol. 5, pp. 121 – 126.
- Vasconcelos, E. M. (2004), "Educação Popular: de uma Prática Alternativa a uma Estratégia de Gestão Participativa das Políticas de Saúde." *PHYSIS: Revista Saúde Coletiva*, no. 14(1), pp. 67 – 83.
- Vázquez, R. et al. (2002), "Market orientation and social services in private non-profit organisations." *European Journal of Marketing* 36, 9/10; pp. 1022 - 1046.
- Viveret, P. (2003), *Reconsidérer la Richesse*, Éditions de l'Aube, Paris.
- Volkmann, K. (2012), "Solidarity Economy between a focus on the local and the global view." *International Journal of Community Currency Research*, Vol. 16 D, pp. 97 – 105.

Referencias

- Wainwright, S. (2012), "Democratizing money: the historical role of the U.S. Federal government in the currency creation." *International Journal of Community Currency Research*, Vol. 16 D, pp. 5 – 13.
- Wallace, R. W. (1987), "The Origin of Electrum Coinage." *American Journal of Archaeology*, Vol. 91, pp. 385 – 397.
- Wallack, L. (1994), "Media Advocacy: A Strategy for Empowering People and Communities." *Journal of Public Health Policy* (Winter), pp. 420 – 436.
- Walls, H. L. et al. (2011), "Public Health Campaigns and obesity – a critique." *BMC Public Health*; 11:136. doi:10.1186/1471-2458-11-136
- Walras, L. (1874), *Éléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale.*, L. Corbaz, Lausana.
- Walsh, C. E. (2010), *Monetary Theory and Policy (Third Edition)*, MIT Press, Cambridge (Massachusetts).
- Warner, J. (2008), "The Anaheim Scrip Plan." *Southern California Quarterly*, vol. 90, pp. 307 – 325.
- Warner, J. (2010), "Stamp scrip in the Great Depression: lessons for community currencies today?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 14, pp. 29 – 45.
- Werner, R. A. (1997), "Towards a new monetary paradigm: A quantity theorem of disaggregated credit, with evidence from Japan." *Kredit und Kapital*, vol. 30, pp. 276 – 309.
- Werner, R. A. (2005), *New Paradigm in Macroeconomics: solving the riddle of Japanese macroeconomic performance*, Palgrave Macmillan, Basingstoke (Reino Unido).
- Werner, R. A. (2012), "Towards a New Research Programme on 'Banking and the Economy' – Implications of the Quantity Theory of Credit for the Prevention and Resolution of Banking and Debt Crises." *International Review of Financial Analysis* vol. 25, pp. 1 – 17.
- Werner, R. A. (2014a), "Can banks individually create money out of nothing? — The theories and the empirical evidence." *International Review of Financial Analysis*, vol. 36, pp. 1 – 19.

- Werner, R. A. (2014b), "How do banks create money, and why can other firms not do the same? An explanation for the coexistence of lending and deposit-taking." *International Review of Financial Analysis*, vol. 36, pp. 71 – 77.
- Wheatly, G. et al. (2011), "Calgary Dollars: economic and social capital benefits." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 15 A, pp. 84 – 89.
- Wiebe, G.D. (1952), "Merchandising Commodities and Citizenship on Television." *Public Opinion Quarterly*, N°. 15 (Winter), pp. 679 – 691.
- Wild, L. (2011), *El Dinero o la vida – una guía práctica para la alquimia monetaria*, Mayor Books, Quito.
- Wilkie, W. L, y Moore, E. S. (2007), "What does the Definition of Marketing Tell Us about Ourselves?" *Journal of Public Policy and Marketing*, 26 (Fall), pp. 269 – 276.
- Williams, C. C. (1997), "Local Exchange And Trading Systems (LETS) In Australia: A New Tool For Community Development?" *International Journal of Community Currency Research*, vol. 1.
- Williams, C. C. et al. (2001a), "Bridges into Work? An evaluation of Local Exchange and Trading Schemes (LETS)." *Policy Studies*, vol. 22, pp. 119 – 132.
- Williams, C. C. et al. (2001b), "The Role of the Third Sector in Paving a 'Third Way': Some Lessons From Local Exchange and Trading Schemes (LETS) in the United Kingdom." *International Journal of Community Currency Research*, vol. 5.
- Wykes, M. (2003), "Devaluing the Scholastics: Calvin's Ethics of Usury." *Calvin Theological Journal*, vol. 38, pp. 27 – 51.
- Yamaguchi, K. (2013), *Money and Macroeconomic Dynamics - Accounting System Dynamics Approach*, Japan Futures Research Center, Osaka (Japón).
- Yankelovich, D. y Meer, D. (2006): "Rediscovering Market Segmentation." *Harvard Business Review*, vol. 84, pp. 122 – 131.
- Zaltmann, G. (2003), *How Costomers Think: Essential Insights into the Mind of the Market*, Harvard Business Scholl Press, Boston.
- Zarlenga, S. (2002), *The lost science of money – the Mythology of Money – They Story of Power*, American Monetary Institute, Valatie (Nueva York).
- Zarlenga, S. y Poteat, R. (2016), "The Nature of Money in Modern Economy – Implications and Consequences." *JKAU: Islamic Econ.*, vol. 29, pp. 57 – 73.

Referencias

- Zelizer, V. A. (2011), *El significado social del dinero*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Páginas web consultadas

- AMI Research (2012), *AMI's evaluation of "Modern Monetary Theory" (MMT)*, <http://www.monetary.org/wp-content/uploads/2012/10/AMI-Evaluation-of-MMT.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Banco Central Europeo (2001), *La Política Monetaria del BCE*, <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesBCE/OtrosDocumentosPublicados/01/Fic/polmon.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Banco de Reserva de Australia (1991), *Inquiry into the Australian Banking Industry*, <http://www.rba.gov.au/publications/submissions/financial-sector/inquiry-australian-banking-industry/pdf/inquiry-australian-banking-industry.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Banco de Tempo (2014), *A experiência do Banco de Tempo em Portugal: Tecendo sentidos e mudanças*, http://www.bancodetempo.net/files/Publica%C3%A7%C3%A3o_BdTAtivo2_pagDupla.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Banco Palmas (2010), *Banco Palmas: 100 Perguntas mais frequentes*, <http://es.slideshare.net/bancopalmas/banco-palmas-100-perguntas-mais-frequentes> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Batterink, L. et al. (2015), *Do it together! Co-creation, activating citizens and social cohesion in Samen-Doen*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Do_it_together_Co_creation_BATTERINK.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Beling, A. E. y Vanhulst, J. (2016), "Aportes para una genealogía global del Buen Vivir." *Economistas sin Fronteras, El Buen Vivir como paradigma societal alternativo*, Dossieres EsF, Nº 23, Otoño 2016, pp. 12 – 17, <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/Dossieres-ESF-23.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Benes, J. y M. Kumhof (2013), *The Chicago Plan Revisited*, <http://www.lse.ac.uk/economics/newsEventsSeminars/files/MichaelKumhofpaper.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Billetes Municipales (2012), *Montoro: Célula de trabajo* (sic), <http://billetesmunicipales.blogspot.com.es/2012/11/montoro-celula-de-trabajo.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

Páginas web consultadas

- Blanc, J. y Fare, M. (2010), "Quel rôle pour les pouvoirs publics dans la mise en œuvre de projets de monnaies sociales ?" In *XXXes Journées de l'Association d'Economie Sociale*, Sep 2010, Charleroi (Bélgica), <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00516382v3/document/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Blanc, J. y Fare, M. (2012), *Les monnaies sociales en tant que dispositifs innovants*, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00518349/document> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Blanc, J. y Fare, M. (2014), *Les dispositifs de monnaies locales en quête de ressources : entre expérimentation et modèles socio-économiques*, <http://riuess2014.sciencesconf.org/30870/document> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Blanc J. y Fare, M. (2015), *Contrasted cases. Successes and failures of local currency schemes in France since 2010*, [http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Contrasted cases. Successes and failures FARE 2.pdf](http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Contrasted%20cases.%20Successes%20and%20failures%20FARE%202.pdf) (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Bouchart, C. (2015), "MLC, territoires et économie solidaire." In Magnen, J. P. y Fourel, C. (ed.), *D'autres Monnaies pour une Nouvelle Prospérité, deuxième partie*, pp. 32 – 35, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000250.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Brasil (2009), *LEI N° 11.947, DE 16 DE JUNHO DE 2009*, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Business in the Community (2004), *Brand Benefits of Cause Related Marketing*, http://www.bitc.org.uk/system/files/brand_benefits_booklet.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Chun, K. (2006), *The situation of Korea Community Currency and the activities of Hanbat LETS*, http://base.socioeco.org/docs/korean_ccs_english_.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- CLAS (2012), *Pour une réappropriation citoyenne de la monnaie : LE SOL-VIOLETTE BILAN 2012*, [http://www.sol-violette.fr/uploads/assets/telechargement/Bilan2_2012 - Le Sol-Violette la monnaie complimentaire solidaire de Toulouse 26-11 - Version d finitive COPIL.pdf](http://www.sol-violette.fr/uploads/assets/telechargement/Bilan2_2012_-_Le_Sol-Violette_la_monnaie_complimentaire_solidaire_de_Toulouse_26-11_-_Version_d_finitive_COPIE.pdf) (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Clinton, K. (1997), *Implementation of Monetary Policy in a Regime with Zero Reserve Requirements*, <http://www.bankofcanada.ca/wp-content/uploads/2010/05/wp97-8.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Comisión Europea (2008), *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5092&langId=en> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Corrons, A. F. (2015), *Monedas complementarias en pro de la sostenibilidad y el desarrollo: enfoque panárquico*, <http://es.slideshare.net/gusfrancesc/corrns-af-2015-monedas-complementarias-en-pro-de-la-sostenibilidad-y-el-desarrollo-enfoque-panrquico> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Creutz, H. (2009), *Monetary Growth*, <http://www.themoneysyndrome.org/wp-content/uploads/2009/04/monetarygrowth.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Cuenca, C. (2011), "Bancos de Tiempo: una reflexión desde la Psicología Social Crítica" - *Dificultades, éxitos e impacto de los Bancos de Tiempo españoles*, https://docs.google.com/a/ineval.org/document/d/1T70xaKDUI50dB4GGFLqMzPqVDPS9TsBnCP2eHYWAuFY/edit?hl=en_US (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Culti, M. N. (2007), *Erconomía solidária: Incubadoras Universitárias e Processo Educativo*, http://www.unitrabalho.uem.br/administracao/bd_artigos/arquivos/010614153016.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- De França, G. C. et al. (2012), *Solidarity finance through community development banks as a strategy for reshaping local economies: lessons from Banco Palmas*, http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072012000300013&script=sci_arttext&tlng=pt (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- De Freitas, C. (2015), "Banque Palmas – Brésil, une banque du peuple & une monnaie locale : innover pour s'affranchir durablement de la précarité et de l'exclusion, faire société en agissant sur l'ensemble des instruments et leviers politiques, économiques, sociaux et culturels." In Magnen, J. P. y Fourel, C. (ed.), *D'autres Monnaies pour une Nouvelle Prospérité, deuxième partie*, pp. 48 – 57, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000250.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- De Jongh, J. y Nielsen, F. (2011), *Lessons Learned: Jatropha for local development*, <http://www.jatropha.pro/PDF%20bestanden/2011->

- [12 Jatropha Lessons Learned final.pdf](#) (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- De Mercado, T. (1571), *Suma de Tratos y contratos*, Sevilla. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/132175.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - de Paiva, V. R. (2015), *Configurações e usos das Moedas Sociais no Banco Comunitário Dendêsol (Fortaleza-Ceará-Brasil)*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Configurações_e_usos_das_Moedas_PAIVA.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - de Souza, H. y Garcia Fernández, R. V. (2015), *Moedas sociais e desenvolvimento: uma discussão teórica*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/MOEDAS_SOCIAIS_E_DESENVOLVIMENTO_PAVAN.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Demircuc-Kunt, A. y Klapper, L. (2012), *Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database*, World Bank, Washington D.C. <https://www.fdic.gov/news/conferences/consumersymposium/2012/Measuring%20Financial%20Inclusion,%20The%20Global%20Findex%20Database2.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Dias, A. A. et al. (2015), *O papel das moedas sociais nas feiras de economia solidária e seu papel no desenvolvimento regional*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/O_PAPEL_DAS_MOEDAS_SOCIAIS_NAS_FEIRAS_AMORIM_1.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Dissaux, T. (2015), *Financing for development: a monetary issue in which money does not have a word*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Financing_for_development DISSAUX.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Dittmer, K. (2014), *Alternatives to Money-As-Usual in Ecological Economics: A Study of Local Currencies and 100 Percent Reserve Banking*, https://www.academia.edu/10016673/Alternatives_to_Money-As-Usual_in_Ecological_Economics_A_Study_of_Local_Currencies_and_100_Percent_Reserve_Banking_PhD_thesis (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Dupre, D. et al. (2015), "Le Bitcoin, une tragédie du marché" In Magnen, J. P. y Fourel, C. (ed.), *D'autres Monnaies pour une Nouvelle Prospérité, deuxième partie*,

- pp. 18 – 21, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000250.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Dyson, B. et al. (2011), *Towards a twenty-first century banking and monetary system submission to the independent commission on banking*, <http://www.positivemoney.org/wp-content/uploads/2010/11/NEF-Southampton-Positive-Money-ICB-Submission.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Dyson, B. et al. (2014), *Creating a Sovereign Monetary System*, <http://positivemoney.org/wp-content/uploads/2014/07/Creating a Sovereign Monetary System Web20130615.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Fare, M. (2012b), *Monnaies sociales et solidarités nouvelles : le cas de l'Accorderie*, http://base.socioeco.org/docs/accorderie_marie_fare_fr_1_.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Farley, F. et al. (2012), *Monetary and Fiscal Policies for a Finite Planet*, <http://www.mdpi.com/2071-1050/5/6/2802/pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - FMI (2016), *Fiscal Monitor - Debt: Use it Wisely*, <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fm/2016/02/pdf/fm1602.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Freire, M. (2011), *Moedas sociais: Contributo em prol de um marco legal e regulatório para as moedas sociais circulantes locais no Brasil*, http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9485/1/2011_MarusaVasconcelosFreire.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Gibassier, D. et al. (2015), *Social innovation institutionalization: the paradoxal negotiation of institutional voids. The case of French local and complementary currencies*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Social_innovation_institutionalization_DE_MENNA.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Gomez, G. M. y de Wit, J. (2015), *Contestations and contradictions in the Argentine Redes de Trueque*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Contestations_and_contradictions_GOMEZ.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

Páginas web consultadas

- Greenspan, A. (1996), *Remarks by Chairman Alan Greenspan At the U.S. Treasury Conference on Electronic Money & Banking: The Role of Government*, Washington DC, <http://www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/19960919.htm> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Gudynas, E. (2016), "Alternativas al desarrollo y Buen Vivir." Economistas sin Fronteras, *El Buen Vivir como paradigma societal alternativo*, Dossieres EsF, N° 23, Otoño 2016, pp. 12 – 17, <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/Dossieres-ESF-23.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Hirota, Y. (2011), *Análisis sobre el estancamiento del desarrollo de monedas complementarias en Japón: - Enfoque a sus propósitos y a la característica cultural del país asiático -*, <http://sdocument.ish-lyon.cnrs.fr/cc-conf/conferences.ish-lyon.cnrs.fr/index.php/cc-conf/2011/paper/view/103/3.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Hirota, Y. (2012), *Monedas sociales y complementarias (MSCs): Experiencias, su papel en la economía social, estrategias, marketing y políticas públicas*, <http://www.slideshare.net/mig76/monedas-sociales-y-complementarias-ms-cs-experiencias-su-papel-en-la-economia-social-estrategias-marketing-y-polticas-pblicas> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Hirota, Y. (2014), *Practices of social and complementary currencies in Europe and the world - With regard to the promotion of social enterprises -*, https://www.academia.edu/17336240/Practices_of_social_and_complementary_currencies_in_Europe_and_the_world_-_With_regard_to_the_promotion_of_social_enterprises (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Hirota, Y. (2015), *Public currencies to enhance welfare states: two draft plans*, http://www.academia.edu/17177710/Public_currencies_to_enhance_welfare_states_two_draft_plans (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Horesh, N. (2012), *From Chengdu to Stockholm: A Comparative Study of the Emergence of Paper Money in East and West*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.673.8833&rep=rep1&type=pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Hubbert, M. K. (1956), *Nuclear Energy and the Fossil Fuels*, <http://www.hubbertypeak.com/hubberty/1956/1956.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Huber, J. y Robertson, J. (2000), *Creating new money – A monetary reform for the information age*, <http://www.jamesrobertson.com/book/creatingnewmoney.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- IFSB (2016), *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2016*, [http://www.ifsb.org/docs/IFSI%20Stability%20Report%202016%20\(final\).pdf](http://www.ifsb.org/docs/IFSI%20Stability%20Report%202016%20(final).pdf) (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Leal, L. (2015), *Os desafios da governança democrática nos serviços financeiros: a experiência dos bancos comunitários de desenvolvimento no Estado de Bahia*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/OS_DES_AFIOS_DA_GOVERNANCA_DEMOCRATICA_NOS_SERVICOS_FINANCEIROS.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Lietaer, B. (2004b), *The Terra TRC White Paper*, <https://es.scribd.com/document/31636027/The-Terra-TRC-White-Paper-2004> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Lietaer, B. y Hallsmith, G. (2006), *Community Currency Guide*, https://www.community-exchange.org/docs/Community_Currency_Guide.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Lietaer, B. et al. (2010), *Is Our Monetary Structure a Systemic Cause for Financial Instability? Evidence and Remedies from Nature*, <http://www.neweconomictheory.org/files/Journal%20Future%20Studies%20final.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Magnen, J. P. y Fourel, C. (2015), *D'Autres Monnaies pour une Nouvelle Prospérité*, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000250.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Marguerit, D. y Privat, H. (2015), "Les SELS en 2014 en France : Résultats et analyses de deux enquêtes nationales et leurs utilisateurs." In Magnen, J. P. y Fourel, C. (ed.), *D'autres Monnaies pour une Nouvelle Prospérité, deuxième partie*, pp. 125 – 137, <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/154000250.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- McLeay, M. et al. (2014a), "Money in the modern economy: an introduction." *Quarterly Bulletin 2014 Q1* (Banco de Inglaterra), <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q101.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- McLeay, M. et al. (2014b), "Money creation in the modern economy." *Quarterly Bulletin 2014 Q1* (Banco de Inglaterra),

- <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q102.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Medina, A. (2014), *The Túmin: Opening a Way for the Social Life of a Non - Capitalist Money The Scope and Limitations of a Social Currency in Mexico*, http://www.concordia.ca/content/dam/artsci/research/polanyi/docs/conference-2014-papers/Medina_Alejandra_Montreal_2014.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Moers, P. (2010), *Discovering new oil fields: Small-scale local biofuel production and use in rural Honduras - Results and lessons from the Gota Verde project in Honduras (2007-2009)*, http://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/gota_verde_publishable_report_of_the_project_gota_verde_en.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Mundell, R. A. (2002), *The Birth of Coinage*, <http://academiccommons.columbia.edu/catalog/ac:114141> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Mundler, P. (2007), *Les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité*, <http://ruralia.revues.org/1702> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Munro, J. (2008), *Money, Prices, Wages, and 'Profit Inflation' in Spain, the Southern Netherlands, and England during the Price Revolution era: c. 1520 - c. 1650*, <https://www.economics.utoronto.ca/public/workingPapers/tecipa-320.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Naciones Unidas (1987), *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* (alias Informe Brundtland), <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Naciones Unidas (2015), *Proyecto de documento final de la cumbre de las Naciones Unidas para la aprobación de la agenda para el desarrollo después de 2015*, <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/69/L.85> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Nakamoto, S. (2008), *Bitcoin: a Peer-to-Peer electronic cash system*, <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Naqvi, M. y Southgate, J. (2013), "Banknotes, local currencies and central bank objectives." *Bank of England Quarterly Bulletin*, 2013 Q4,

- <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2013/qb1304prereleasebanknotes.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- New Economics Foundation (2008), *The new wealth of time: How timebanking helps people build better public services*, <http://www.nwi.pdx.edu/webinars/Webinar13-materials1.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - New Economics Foundation (2013), *Strategic quantitative easing: Stimulating investment to rebalance the economy*, http://b3cdn.net/nefoundation/e79789e1e31f261e95_ypm6b49z7.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - New Economics Foundation (2014), *No small change: Evaluating the success of your community currency project*, http://b3cdn.net/nefoundation/6e006679e8a6d649fd_3num6frei.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Nongpun, M. (2008), *The Rise and Fall of the Community Currency Systems in Thailand and Their Potentials for Local Economic Development: A Comparative Study*, <https://thesis.eur.nl/pub/7020/Nongpun%20Meechuen%20LRD.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - OCDE (2015), *In It Together: Why Less Inequality Benefits All*, OECD Publishing, París. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264235120-en>
 - Ochoa, M. (2016), *La Economía Solidaria como generadora de procesos de aprendizaje: el caso de la moneda comunitaria Túmin*, http://www.uv.mx/mie/files/2016/08/Tesis_Mayeli-Ochoa.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Onken, W. (1987), *Ein vergessenes Kapital der Wirtschaftsgeschichte - Schwanenkirchen, Wörgl und andere Freigeldexperimente*, http://www.geschichtsverein-deggendorf.de/docs/gbl_04/gbl_04_99_116_122_wirtschaftsgeschichte_onken.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
 - Orzi, R. (2015), *La sustentabilidad de una moneda social a partir la gestión estratégica de su respaldo. Reciprocidad, redistribución y mercado en la "cooperativa y banco de horas Olga Cossettini" (1998-2014)*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/LA_SUSTENTABILIDAD_DE_UNA_MONEDA_SOCIAL_ORZI.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Papavasiliou, F. (2008), *The Political Economy of Local Currency: Alternative Money, Alternative Development and Collective Action in the Age of Globalization*, <https://etd.library.emory.edu/view/record/pid/emory:15tdh> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Parker, G. (2005), *Sustainable food? Teikei, Co-operatives and food citizenship in Japan and the UK*, <http://centaur.reading.ac.uk/21289/1/1105.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017).
- Parlamento Británico (2014), *House of Commons Official Report, Parliamentary Debates (Hansard), Thursday 20 November 2014*, <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201415/cmhansrd/chan64.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Primavera, H. et al. (1998), *Reinventando el Mercado - La experiencia de la Red Global de Trueque en Argentina*, http://redlases.files.wordpress.com/2008/02/es1998_reinventando_el_mercado_libro3_hp.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Primavera, H. (1999), *La moneda social de la Red Global de Trueque en Argentina: ¿Barajar y dar de nuevo en el juego social?*, http://base.socioeco.org/docs/doc-7262_es.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Primavera, H. (2006), *Moeda social e democracia: manual para compreender e fazer*, http://redlases.files.wordpress.com/2008/09/cartilha_ms_e_democracia.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Primavera, H. (2015a), *Social Currencies and Solidarity Economy: An Enduring Bond of Common Good*, https://www.academia.edu/14899000/Social_Currencies_and_Solidarity_Economy_An_Enduring_Bond_of_Common_Good (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Primavera, H. (2015b), *Monedas sociales veinte años después: reflexiones críticas y pistas para el futuro a partir de la experiencia de Argentina*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/Monedas_sociales_y_complementarias.PRIMAVERA.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Puente, D. (2010), *Redesigning Genomics - Reconstructing Societies: Local Sustainable Biotechnological Developments*, <http://dare.uvu.vu.nl/handle/1871/15887> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Ranta, E. M. (2016), "La compleja construcción histórica del Buen Vivir en Bolivia: de resistencias indígenas a política del Estado." *Economistas sin Fronteras, El Buen Vivir como paradigma societal alternativo*, Dossieres EsF, N° 23, Otoño 2016, pp. 18 – 21, <http://ecosfron.org/wp-content/uploads/Dossieres-ESF-23.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Razeto, L. (1993), *Los caminos de la economía de solidaridad*, <http://lacoperacha.org.mx/documentos/coperacha-economia-solidaria-razeto.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Razeto, L. (2002), *Cinco constataciones sobre la pobreza, catorce tesis sobre el desarrollo social, y una conclusión sobre la economía solidaria*, <http://polis.revues.org/pdf/8005> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Riera, C. y Blasco-Martel, Y. (2016), *La teoría cuantitativa del dinero. La demanda de dinero en España: 1883 - 1998*, <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/EstudiosHistoriaEconomica/Fic/roja72.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Ryan-Collins, J. (2015), *Is Monetary Financing Inflationary? A Case Study of the Canadian Economy, 1935–75*, http://www.levyinstitute.org/pubs/wp_848.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Saez, E. y Zucman, G. (2014), *Wealth inequality in the United States since 1913: Evidence from capitalized income tax data*, <http://gabriel-zucman.eu/files/SaezZucman2014.pdf> (los datos relacionados a la riqueza de la población está en [http://gabriel-zucman.eu/files/uswealth/AppendixTables\(Distributions\).xlsx](http://gabriel-zucman.eu/files/uswealth/AppendixTables(Distributions).xlsx) , Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Sanchis, J. R. (2014), *Banca Alternativa y Alternativa a la Banca*, <http://www.slideshare.net/mig76/jr-sanchis> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Santana, M. E. (2009), *Reinventando el dinero. Experiencias con monedas comunitarias*, <http://docplayer.es/2949744-Reinventando-el-dinero-experiencias-con-monedas-comunitarias.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Sardoni, C. (2015), *The function of money and the demand for liquidity*, http://www.diss.uniroma1.it/sites/default/files/allegati/Sardoni_wpDISSE_3_15.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Sbatella, J. (2011), *El rol de las monedas provinciales y la soberanía monetaria en Argentina*, <http://sdocument.ish-lyon.cnrs.fr/cc-conf/conferences.ish-lyon.cnrs.fr/index.php/cc-conf/2011/paper/viewFile/85/21.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Sigurjonsson, F. (2015), *Monetary Reform: a better monetary system for Iceland*, <http://www.forsaetisraduneyti.is/media/Skyrslur/monetary-reform.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Soddy, F. (1921), *Economía Cartesiana: la influencia de la ciencia física en la administración del estado*, <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n37/afsod.es.html> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Sotiropoulou, I. (2012), *Exchange networks and parallel currencies: Theoretical approaches and the case of Greece*, http://www.academia.edu/2343900/Sotiropoulou_2012_Exchange_networks_and_parallel_currencies_Theoretical_approaches_and_the_case_of_Greece (Última visualización: 03 de marzo de 2017)
- Steiner, R. (1919), *Die Kernpunkte der sozialen Frage in den Lebensnotwendigkeiten der Gegenwart und der Zukunft*, <http://anthroposophie.byu.edu/schriften/023.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Steiner, R. (1922), *Nationalökonomischer Kurs*, <http://anthroposophie.byu.edu/vortraege/340.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Stiglitz, J. (2003), *Deflation, Globalization and The New Paradigm of Monetary Economics*, http://policydialogue.org/events/speeches/deflation_globalization_and_the_new_paradigm_of_monetary_economics/transcript/ (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Stiglitz, J. E. et al. (2008), *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, http://library.bsl.org.au/jspui/bitstream/1/1267/1/Measurement_of_economic_performance_and_social_progress.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Stodder, J. (2005), *Reciprocal exchange networks: Implications for Macroeconomic Stability*, http://www.lietaer.com/images/Stodder_Reciprocal_Exchange.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

- Swamy, A. V. y Oak, M. (2007), *Only Twice as Much: A Rule for Regulating Lenders*, <http://core.ac.uk/download/pdf/6223728.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Théret, B. y Zanabria, M. (2007), *Sur la pluralité des monnaies publiques dans les fédérations. Une approche de ses conditions de viabilité à partir de l'expérience argentine récente*. <https://basepub.dauphine.fr/bitstream/handle/123456789/10949/Sur%20la%20pluralite%20des%20monnaies%20publiques.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Théret, B. (2015), *Could a scaling up of a time currency type of money used in order to reduce work time, enlarge participatory democracy and redistribute wealth?*, http://socialcurrency.sciencesconf.org/conference/socialcurrency/pages/COULD_A_SCALING_UP_OF_A_TIME_CURRENCY_THERET.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Tobin, J. (1978), *A proposal for international monetary system*, <http://robinhoodtax.org.uk/sites/default/files/d0506.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Tymoigne, E. y Randall, L. (2013), *Modern Money Theory 101: A Reply to Critics*, http://www.levyinstitute.org/pubs/wp_778.pdf (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Vague, R. (2016), *Think you understand the link between money supply and inflation? Think again*, <https://www.weforum.org/agenda/2016/12/think-you-understand-the-link-between-money-supply-and-inflation-think-again> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Van Lerven, F. (2015), *Recovery in the Eurozone: Using Money Creation to Stimulate the Real Economy*, <http://positivemoney.org/wp-content/uploads/2015/12/Recovery-in-the-Eurozone-FINAL-WEB-READY-2015-12-11.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Walker B. et al. (2004), *Resilience, Adaptability and Transformability in Social-ecological Systems*, <http://www.ecologyandsociety.org/vol9/iss2/art5/> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)
- Wheatly, G. (2006), *Complementary Currency and Quality of Life: Social and Economic Capital Effects on Subjective Well-being*, <http://calgarydollars.ca/wp-content/uploads/2013/12/Gerald-Wheatley-MA-Thesis.pdf> (Última visualización: 16 de mayo de 2017)

Páginas web consultadas

Anexo 1: Principios Básicos y Normas de Funcionamiento de Xarxa XXIV¹⁰¹

La puesta en funcionamiento de distintos grupos de intercambio afines, generó en su momento la necesidad de coordinarse con el objetivo de apoyarse mutuamente.

A lo largo de los últimos meses estos grupos han ido funcionando, creciendo, organizando mercados conjuntos, realizando gran cantidad de intercambios y solucionando las incidencias de la mejor manera posible, con el trabajo y la buena voluntad de los componentes de las comisiones de administración.

Al mismo tiempo se han realizado reuniones de coordinación que han generado un acercamiento mayor entre los equipos de administración de estos grupos de intercambio y entre las personas usuarias de los mismos.

Se han establecido ciertas normas comunes, se ha levantado acta de algunas de las reuniones, ha surgido nombre para este equipo de coordinación... pero de forma dispersa, sin que esos acuerdos se hayan unificado, recogido de alguna manera en algún punto único de consulta, etc... Por todo ello, creemos que ha llegado el momento de plasmar los presentes Principios Básicos y de Funcionamiento.

El nombre aceptado para esta agrupación de redes de intercambio, a sido (sic) el de Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes, en adelante "la XXIV".

Estos Principios Básicos y de Funcionamiento pretenden unificar de alguna manera los criterios comunes que deberían adoptarse o que ya están acordados en las diferentes Redes de Intercambio que componen la XXIV. Cada Red dispondrá de sus propios principios básicos y de funcionamiento consensuados por su propia asamblea.

La XXIV se crea con la intención, además de facilitar el apoyo entre los grupos, y la coordinación de mercados y ofertas, de establecer los Principios Básicos y de Funcionamiento que a modo de recomendación con respecto a los grupos que la forman, puedan estos establecer en sus propios Principios Básicos y Normas de Funcionamiento.

A- Principios básicos

¹⁰¹ Fuente: <http://coordinaciolavintiquatre.blogspot.com.es/p/principis-basics-i-normes-de.html>
(Última visualización: 16 de mayo de 2017)

1. Las Redes de Intercambio integradas en la Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes, cumplen y aceptan los siguientes consensos:
2. En las Redes se intercambian bienes, servicios y conocimientos siguiendo criterios de cooperación, ecología, justicia social y cercanía en la medida de lo posible. Las distintas redes que componen la XXIV se organizan de forma asamblearia y horizontal. Cada asamblea será soberana e independiente, estará compuesta por todos los integrantes de la red y será el último órgano de decisión. Sus decisiones tendrán preferencia sobre cualquiera tomada por la asamblea de la XXIV.
3. Las redes serán independientes de todo tipo de organizaciones públicas o privadas, movimientos sociales o religiosos, asociaciones, empresas, partidos políticos, sindicatos...
4. La coordinación de Redes se realiza mediante la asamblea de la XXIV, compuesta por las comisiones o equipos de administración abiertos a todos los integrantes de su Red. Podrán existir comisiones o grupos de trabajo en la XXIV que siempre responderán ante la asamblea. La no asistencia reiterada y sin justificar a las asambleas de coordinación, además de significar una falta de respeto hacia el resto de grupos, se entenderá como la manifestación por parte del grupo de intercambio de su deseo de no pertenecer a la XXIV.
5. La XXIV tratará solo asuntos de interés común al conjunto de redes. La XXIV no es un órgano de intermediación.
6. La XXIV tiene vocación de expansión y de crear una red territorial.
7. Cada red integrante de la XXIV tendrá un voto en la coordinadora. La modificación de los principios básicos requerirá el acuerdo por consenso de la asamblea sin que este se pueda bloquear con menos del 20% de los votos. Las decisiones que afecten a las normas de funcionamiento requerirán la mayoría de la asamblea.
8. Las redes que a día de hoy componen la XXIV son (por fecha de creación):
 - Xarxa Local d'Intercanvi del Camp de Túria / ICDT
 - SIL Meliana / SILM
 - València Nord
 - Horta Nord / VNHN
 - EcoXarxa Morvedre / EXMV
 - Horta Sud / CIHS
 - Ecored Chiva-Hoya de Buñol / ERHB- Ecored Palancia Mijares / ERMP
 - EcoXarxa de la Plana Baixa / EXPB

9. Cualquier Red que por afinidad y confianza, desee incorporarse a la XXIV podrá solicitar dicha incorporación previa aceptación de los principios básicos y de funcionamiento. La inclusión de una nueva red, supone la modificación del apartado 8 de estos principios básicos.

B- Principios de funcionamiento

- Las Redes de la XXIV utilizan la herramienta de gestión Community Exchange System (CES).
- Se unifica la clasificación por categorías de las ofertas de todos los grupos de la XXIV y se habilitan las configuraciones necesarias para que se visualicen conjuntamente.
- Todas las redes se comprometen en cuidar y mantener los espacios compartidos del programa (ofertas/demandas/avisos), borrando las inadecuadas o que no cumplan los principios acordados (ej. superar el 50% en euros) y velarán por la correcta clasificación de las categorías.
- Las monedas de la XXIV se denominan Eco sin perjuicio de lo que decida cada Red.
- Se toma como referencia 10 Ecos = 10 Euros = 1 hora, no tratándose de una paridad.
- Las personas usuarias de cada red parten de saldo cero en el momento de la aceptación del alta, permitiéndose el endeudamiento que no podrá superar los 300 ecos excepto acuerdo justificado expreso de la asamblea local.
- La generación de Ecos sólo podrá efectuarse, mediante la realización de un servicio o la venta de un bien, no estando permitida la venta o cambio de ecos por euros salvo para los colectivos organizados y autorizados por la asamblea de cada red.
- El porcentaje en euros, en las redes que los admitan en un intercambio, no podrá superar el 50% (este porcentaje se asume como una medida de transición hacia el uso exclusivo de moneda social). En los mercados de la XXIV no se podrán realizar transacciones en euros.
- Se establece como necesaria la identificación de los integrantes de cada red por el nombre, apellidos, dirección, correo y teléfono, si bien cada persona usuaria podrá ocultar los datos que considere necesarios, salvo los mínimos indispensables para contactar con ella.

- Los equipos de administración se responsabilizarán de la identificación de las personas que soliciten nuevas altas, mediante algún sistema que garantice dicha identificación.
- Los equipos de administración se aseguraran que las nuevas usuarias conocen las normas de funcionamiento de los respectivos grupos, y que las aceptan. Todas las redes tendrán una breve guía de acogida y buenas prácticas o en su defecto cada red articulará medios para que los nuevos miembros entiendan y acepten los términos y condiciones de funcionamiento.
- Las personas usuarias sólo podrán tener una cuenta individual, tanto en las redes que forman parte de la XXIV como en cualquiera de las del CES. No obstante, podrán formar parte de otras cuentas colectivas. Estos casos deben ser aprobados por las asambleas locales y puestos en conocimiento de la XXIV.
- Se recomienda que las redes limiten su crecimiento a un tamaño que garantice el conocimiento mutuo, la confianza y la cercanía entre las usuarias, facilitando la creación de otras, siempre que funcionalmente sean viables.
- Se realizarán mercados de intercambio coordinados, itinerantes y rotativos. Estos mercados suponen un punto de encuentro de las usuarias de los grupos que pertenecen a la XXIV y de las demás personas que acudan, así como el apoyo en la celebración de los mismos por parte del resto de grupos. Los mercados se celebrarán cada 15 días aproximadamente, hacia mediados y finales de mes estableciéndose un calendario con la suficiente antelación indicando las fechas y el orden de los grupos que los organicen.
- A cada grupo de intercambio de la XXIV le corresponde organizar su correspondiente mercado. La convocatoria de cada mercado se realizará como mínimo una semana antes de su celebración, y en ella constará la fecha, hora y lugar, se podrá adjuntar el cartel del evento y en caso de ofrecer comida posterior, se indicará el menú, precio y forma de reserva. Para la localización del lugar se adjuntará un enlace a alguna de las webs de mapas existentes. Para la elección del lugar del mercado se tendrá en cuenta en la medida de lo posible que existan zonas de aparcamiento para vehículos.
- Ante el ingreso de nuevos grupos en la XXIV, se estudiará la frecuencia de los mercados coordinados.
- Las Redes que componen la XXIV podrán aportar un proyecto experimental que pueda estar al margen, nunca contradecir, estos principios básicos con el siguiente procedimiento: El proyecto debe estar aprobado por la asamblea de la red local, debe tener carácter temporal, y justificar su necesidad y conveniencia

para el bien común. Debe informarse a la asamblea de coordinación de la XXIV, tanto el proyecto que se quiere experimentar como el tiempo necesario para verificar si es conveniente, necesario y viable. Pasado este tiempo se presentarán los resultados y la XXIV decidirá si es conveniente la adaptación o modificación de los principios para dar cabida al proyecto.

- Se habilita un blog para la publicación de los acuerdos y otra información de la XXIV y una cuenta de correo de información.

Anexo 2: Cuestionario para los socios de La Turuta

Qüestionari per als soci/es de l'Associació ECOL3VNG

Em dic "Miguel" Yasuyuki Hirota, sóc doctorant a la Universitat de València i estic escrivint la tesi doctoral sobre el màrqueting de les monedes socials, o sigui quins esforços fan les diferents iniciatives de les monedes socials per a captar els seus soci/es, i avui voldria demanar-li la seva col·laboració per omplir aquest qüestionari. El resultat d'aquesta investigació sortirà com a part de la meua tesi doctoral qui es publicarà pel 2016. Contacti a miguel@ineval.org si té dubtes després d'aquest qüestionari. Moltes gràcies.

- **Vostè participa en el projecte Turuta com a:** Particular / Establiment local / Professional autònom
- **Participa des de (mes / any):**
- **Vostè és:** Dona / Home
- **Escrigui la seva Edat:** ()
- **Professió actual:**

1. **Puntuï de 1 a 7, en essent 1: Res important a 7: Molt important, les raons de per què ha decidit vostè participar en la Turuta.**

- () Voluntat per participar en el procés de Transició VNG
- () Contribució a l'economia local
- () Foment de la cohesió social a Vilanova i La Geltrú
- () Participació compensada amb Turutes en els projectes comunitaris
- () Preservació de la natura local
- () Augment de l'ingrés econòmic
- () Independència (parcial) de l'economia de l'euro
- () Accés al microcrèdit sense interès
- () Altre (Escrigui avall)

2. **I ara, quins valors oferts per la Turuta són importants per a vostè? Puntuï-els de 1 a 7, en essent 1: Res important a 7: Molt important.**

- () Voluntat per participar en el procés de Transició VNG
- () Contribució a l'economia local
- () Foment de la cohesió social a Vilanova i La Geltrú

- Participació compensada amb Turutes en els projectes comunitaris
- Preservació de la natura local
- Augment de l'ingrés econòmic
- Independència (parcial) de l'economia de l'euro
- Accés al microcrèdit sense interès
- Altre (Escrigui avall)

3. Com obté Turutes? Puntuï-els de 1 a 7, en essent 1: Res important a 7: Molt important.

- Per oferir els meus propis productes i/o serveis
- Per participar en projecte(s) local(s)
- Per canviar euros en Turutes

4. Quins productes i/o serveis obté en Turuta? Puntuï-els de 1 a 7, en essent 1: No en obté res a 7: Obté tots els productes i/o serveis que consumeix.

- Aliments frescs (cebes, lletugues, pastanagues...)
- Aliments durables (formatge, mel, oli, llatges de peixos...)
- Carn, pernils...
- Vestimenta
- Llibres i CDs de música
- Serveis (reparació de màquines domèstiques, mainadera...)
- Liçons d'idiomes, instruments musicals, cuina, informàtica...
- Altre (Escrigui avall)

5. Quantes turutes obté de mitjana al mes?

- Menys de 10 turutes
- 10 a 19,99 turutes
- 20 a 49,99 turutes
- 50 a 99,99 turutes
- 100 a 199,99 turutes
- 200 turutes o més

6. Quantes de les seves transaccions no es produirien si no hi haguera la Turuta?

- Menys d'un terç
- Un terç més però menys que dos terços
- Dos terços o més

7. Quin productes / serveis obté ara amb turutes que abans no utilitzava?

8. Si vostè és autònom(a), accepta turutes per a les seves activitats professionals (Esculli una opció adequada)?

- Les accepto íntegrament
- Les accepto parcialment amb euro (Normalment: %)
- Ofereixo només els meus productes / serveis qui no són de les meves activitats professionals

9. Pensa que l'aprovació dels projectes per l'Associació ECOL3VNG és apropiada? Raoni la resposta.

- Sí, s'aproven justament els projectes apropiades
- No, s'aproven pocs projectes i falta la massa monetària de Turuta en circulació
- No, s'aproven prou projectes i tinc prou turutes que no puc gastar

10. Què opina sobre les possibles canvis en la forma d'emissió de la Turuta? Puntuï de 1 a 7, en essent 1: Molt de desacord a 7: Molt d'acord.

- M'agrada que les turutes s'obtinguin treballen en projectes socials comunitaris
- Voldria un sistema monetari totalment independent de l'euro, en abolint el bescanvi d'euro per turutes.
- Seria millor si es permetés tenir saldos negatius (com són els casos de ECO de la Cooperativa Integral Catalana i de l'Alt Congost)
- M'agradaria que l'OCL (Oficina de Canvi Local) funcionés també com a magatzem on els / les soci/es puguin depositar productes per a obtenir Turutes
- M'interessaria que la Turuta adoptés la "Mineria" del Bitcoin

11. Li agrada la plataforma actual d'enregistrar transaccions per Internet? Puntuï de 1 a 7, en essent 1: Molt de desacord a 7: Molt d'acord.

- Sí, m'agrada tal i com és ara (targeta d'intercanvis + compte on-line a turuta.cat)
- M'agradava més la plataforma anterior on es comunicaven les transaccions a l'OCL
- M'agradaria més si la plataforma funcionés amb l'aplicació per telèfons mòbils
- M'agradaria més si hi haguera paper moneda

12. Què pensa sobre la participació dels establiments locals en el projecte Turuta? Esculli una de les opcions.

- Sí, participen molts establiments locals i puc gastar-la-hi sense problemes.
 No, encara falten establiments locals
Si la resposta és No, quins establiments vol que participin en el projecte Turuta?

13. Si vostè és un establiment local / oferent professional, la Turuta li ajuda a millorar les seves activitats econòmiques? Puntuï de 1 a 7, en essent 1: Molt de desacord a 7: Molt d'acord.

- La Turuta m'ha aportat nous clients.
 La Turuta m'ajuda per augmentar les facturacions (també en Euro).
 Tot i que les facturacions en Euro segueixen iguals, al menys tinc més ingressos en Turuta que puc gastar a altres establiments locals i/o amb intercanvis amb socis/es.

14. Algú dia pensarà en demanar microcrèdits en Turuta? Puntuï de 1 a 7, en essent 1: Molt improbable a 7: Molt probable.

15. Escrigui perquè (no) vol demanar microcrèdits en Turuta.

16. Quins productes i/o serveis, que ara s'importa des de fora de Vilanova i La Geltrú, podrien produir-se en aprofitant la Turuta?

17. Imagini's que hi ha dos productes idèntics (pastanaga, mitjons, raïm...): un producte una miqueta més car però ofert en Turutes i altre producte importat més barat en Euros. Fins a quin tant per cent de diferència acceptaria per al producte local ofert en Turutes (Esculli una opció)?

- Compararé el producte local només quan no és més car que el importat
 Compararé el producte local si és fins al 5% més car
 Compararé el producte local si és fins al 10% més car
 Compararé el producte local si és fins al 15% més car
 Compararé el producte local si és fins al 20% més car
 Compararé el producte local si és fins al 25% més car

18. L'Ajuntament de Vilanova i La Geltrú recolza la Turuta, però quins altres suports creu que pot oferir a la moneda local?

19. La Turuta només circula dins del municipi de Vilanova i La Geltrú. Què pensa sobre l'àmbit geogràfic d'aquesta moneda?

- () Crec que és adequat
- () Funcionaria millor si es limités a nivell de un barri
- () Funcionaria millor si s'utilitzés a tota la comarca del Garraf
- () Funcionaria millor si s'utilitzés a tota la regió Penedès
- () Funcionaria millor si s'utilitzés a tota la província de Barcelona
- () Funcionaria millor si s'utilitzés a tota Catalunya

20. Quant(s) nou(s) soci(s) vostè mateix(a) ha atret a la Turuta? Escrigui el nombre.

21. Quines creu que són les majors dificultats per a que la ciutadania participi en el projecte?

22. Quines creu que són les majors dificultats per a que els comerços i professionals participin en el projecte?

23. Què caldria fer per a captar més socis? Escrigui la seva opinió avall.

24. Deixi qualsevol comentari sobre la Turuta si vol.

Moltes gràcies per la seva col·laboració.

Anexo 3: Cuestionario para los socios de la Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV)¹⁰²

- **Vd. participa desde (año):**
- **Vd. es:** Mujer / Hombre
- **Su edad:** ()
- **Profesión actual:** Clasificar: empleados / autónomos / comercios / parados / jubilados / ama de casa / otros
- **Red a que pertenece:**

1. Evalúe de 1 (menos importante) a 7 (más importante) sus motivos de participar a Xarxa 24.

Motivos	Puntuación
Para consumir productos locales y ecológicos	1 2 3 4 5 6 7
Para generar un ingreso adicional	1 2 3 4 5 6 7
Para aliviar la pobreza que vivo yo	1 2 3 4 5 6 7
Para conocer nuevas personas	1 2 3 4 5 6 7

2. Dígame otro(s) motivo(s) importante(s) de participar a Xarxa XXIV.

3. ¿Cuáles son los principales productos / servicios que Vd. ofrece? Especifíquelos.

Alimento orgánico / Alimento duradero / Comida preparada (pizza, torta...) / Vestimenta / libros, CDs y DVDs / Cursos de idioma, cocina etc. / Servicios (fontanería, cuidado de niños etc.) / otros

¹⁰² Se usó un cuestionario con las mismas preguntas y respuestas en Google Documento.

4. ¿Cuáles son los principales productos / servicios que Vd. compra? Especifíquelos.

5. ¿Cuántos productos que Vd. Compra ahora en Xarxa XXIV no los compraba antes de entrar a esta red? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	Dos tercios o más
b.	Entre un tercio y dos tercios
c.	Menos de un tercio
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c.	

6. ¿Cuántos Ecos y Euros más o menos gana por mes?

a.	Menos de 50 ecos / euros
b.	50 a 99,99 ecos / euros
c.	100 a 199,99 ecos / euros
d.	200 a 299,99 ecos / euros
e.	300 a 499,99 ecos / euros
f.	500 ecos / euros o más
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c. / d. / e. / f.	

7. ¿Cuál es su opinión sobre el impacto económico de Xarxa XXIV sobre Vd. mismo/a? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	Yo podría vivir económicamente bien sin Xarxa XXIV, pero ahora vivo aún mejor.
-----------	--

Anexo 3: Cuestionario para los socios de la Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV)

b.	De todas formas podría sobrevivir sin Xarxa XXIV, pero puedo vivir una vida mejor.
c.	Estoy sobreviviendo justamente gracias a Xarxa XXIV, sin esta red no llegaría al fin del mes.
d.	Xarxa XXIV me está aliviando la situación económica, aunque no es suficiente para que yo llegue al fin del mes.
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c. / d.	

8. ¿Usted vende sus productos y/u ofrece sus servicios en Eco fuera de las ferias también? Escriba el porcentaje o 0 si su respuesta es negativa.

Yo vendo unos _____ % de productos / servicios en Eco fuera de las ferias.

9. ¿Qué piensa Vd. sobre la participación de comercios locales? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	Xarxa XXIV es una red exclusiva de productos ecológicos, entonces no me interesa que participen peluquerías / vendedores de ropas / librerías etc.
b.	Xarxa XXIV debería aceptar todos los comercios locales siempre y cuando acepten todas nuestras normas
c.	Xarxa XXIV debería ser flexible en su mecanismo, por ejemplo por permitir la conversión de Eco por Euro, para que entren los comercios locales.
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c.	

10. Algunas monedas sociales tienen su propia tienda donde los socios pueden depositar productos para obtener moneda social y comprarlos en esta moneda. ¿Le gustaría que Xarxa XXIV también tuviera tiendas similares? Sí / No / No lo sé.

11. ¿Le interesaría usar una aplicación en Smartphone para facilitar el pago en moneda social?

- Sí
- No
- No lo sé.
- No tengo Smartphone.

12. Imagínesse que hay dos productos idénticos (zanahoria, chorizo, vino...). Un producto está más caro pero se vende completamente en Eco mientras que el otro producto más barato se vende sólo en euro. ¿Hasta cuántos por ciento de valor estaría Vd. dispuesto a pagar?

Yo estaría dispuesto a pagar hasta el _____ % más para productos vendidos en Eco.

13. ¿Cuáles productos y/o servicios quiere Vd. que se ofrezcan dentro de la Xarxa XXIV? Especifíquelos.

14. ¿Qué se debería hacer para captar más socios? Deje sus opiniones.

15. Con el cambio del gobierno, se espera que la Generalitat y/o algunos ayuntamientos se dediquen a promover monedas sociales. ¿Qué tipo de políticas públicas quisiera Vd. que hubiera?

Anexo 3: Cuestionario para los socios de la Xarxa de Xarxes d'Intercanvi Valencianes (Xarxa XXIV)

16. Deje su comentario sobre Xarxa XXIV si quiere.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4: Cuestionario para los socios de El Túmin

Estimado/a señor/a tumista,

Mi nombre es "Miguel" Yasuyuki Hirota, estoy realizando mi doctorado en economía social en la Universidad de Valencia (España) y he venido a México para pedirle su colaboración con este cuestionario para terminar mi estudio. Se publicará el resultado del estudio como parte de mi tesis doctoral. Le agradezco mucho por su colaboración.

- **Usted participa en el Túmin desde (año):**
- **Usted es:** Mujer / Hombre
- **Su edad:** ()
- **Profesión** **actual:**
 Clasificar: empleados / autónomos / comercios / desempleados / jubilados / ama de casa / otros
- **Municipio donde reside:**

1) **Evalúe de 1 (menos importante) a 7 (más importante) sus motivos de participar a El Túmin.**

Motivos	Puntuación
Para consumir productos locales y ecológicos	1 2 3 4 5 6 7
Para ayudar a los productores locales y mejorar la economía local	1 2 3 4 5 6 7
Para mejorar el lazo social con mi pueblo	1 2 3 4 5 6 7
Para generar un ingreso adicional	1 2 3 4 5 6 7
Para aliviar la pobreza en que yo vivo	1 2 3 4 5 6 7
Para conocer nuevas personas	1 2 3 4 5 6 7
Para vivir una vida libre del capitalismo	1 2 3 4 5 6 7
Para vivir una vida libre del asistencialismo	1 2 3 4 5 6 7
Para proteger un estilo de vida tradicional	1 2 3 4 5 6 7

2) **Dígame otro(s) motivo(s) importante(s) de participar en El Túmin.**

3) **¿Cuáles son los principales productos / servicios que usted ofrece? Especifíquelos.**

Alimento orgánico y fresco / Alimento duradero (ej.: tortillas, aceite, queso y miel) / Comida preparada (pizza, torta...) / Vestimenta / libros, CDs y DVDs / Cursos de idioma, cocina etc. / Servicios (fontanería, cuidado de niños etc.) / otros

4) **¿Cuáles son los principales productos / servicios que usted compra? Especifíquelos.**

5) **¿Cuántos productos que usted compra ahora en El Túmin no los compraba antes de empezar a usar esta moneda? Elija la opción más cercana a su opinión.**

a.	Dos tercios o más
b.	Entre un tercio y dos tercios
c.	Menos de un tercio
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c.	

6) **¿Cuántos Túmin gasta por mes?**

a.	Menos de 100 Túmin
b.	100 a 199 Túmin

c.	200 a 299 Túmin
d.	300 a 499 Túmin
e.	500 a 999 Túmin
f.	1.000 Túmin o más
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c. / d. / e. / f.	

7) Si usted es comercio local, ¿cuánto por ciento suele aceptar en Túmin?:
 _____ %

8) ¿Cuál es su opinión sobre el impacto económico de El Túmin sobre usted mismo/a? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	Yo podría vivir económicamente bien sin El Túmin, pero ahora vivo aún mejor.
b.	De todas formas podría sobrevivir sin El Túmin, pero puedo vivir una vida mejor.
c.	Estoy sobreviviendo justamente gracias a El Túmin XXIV, sin esta red no llegaría al fin del mes.
d.	El Túmin me está aliviando la situación económica, aunque no es suficiente para que yo llegue al fin del mes.
Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c. / d.	

9) ¿Cuál es su opinión sobre la relación entre el Túmin y el peso? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	Sería mejor que El Túmin fuera canjeable en peso para que los comercios locales pudieran pagarles a los suministradores externos.
b.	Estoy contento/a de que El Túmin no sea canjeable con peso, aunque se mantiene la paridad (1 Túmin = 1 peso).
c.	Sería mejor que El Túmin equivaliera al trabajo digno (por ejemplo: 1 Túmin = 1 hora de trabajo) en vez del peso.

Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c.

10) ¿Qué piensa usted sobre la participación de comercios locales? Elija la opción más cercana a su opinión.

a.	El Túmin ya ha conseguido una variedad de comercios y prácticamente puedo gastar esta moneda sin problema.
b.	El Túmin ya ha conseguido una variedad de comercios, aunque hay productos y servicios importantes que todavía no puedo comprar en esta moneda.
c.	El Túmin todavía no ha conseguido una variedad suficiente de comercios y tengo dificultad en gastar esta moneda.

Mi respuesta es (elija una): a. / b. / c.

11) ¿Para usted es muy útil la Casa del Túmin? Evalúe su utilidad, de 1 (poco útil) a 7 (muy útil). Si no la hay, conteste "No la hay en mi pueblo".

1 2 3 4 5 6 7 No la hay en mi pueblo

12) Deje sus comentarios sobre la Casa del Túmin.

13) ¿Le interesaría usar una aplicación en Smartphone para facilitar el pago en moneda social?

- Sí
- No
- No lo sé.
- No tengo Smartphone.

14) Si usted es comercio local, ¿le ayuda el Túmin a mejorar sus actividades económicas? Evalúe su grado de consenso, de 1 (totalmente de desacuerdo)

a 7 (totalmente de acuerdo).

	Puntuación
El Túmin me ha traído nuevos clientes	1 2 3 4 5 6 7
El Túmin me ayuda a aumentar facturaciones (incluso en peso)	1 2 3 4 5 6 7
Aunque mi ingreso en peso sigue igual, al menos obtengo más ingreso en Túmin que puedo gastar en otros comercios locales.	1 2 3 4 5 6 7

**15) Si existiera el servicio de microcrédito en Túmin, ¿le interesaría pedir este préstamo? Evalúe esta posibilidad de 1 (menos probable) a 7 (más probable).
1 2 3 4 5 6 7**

16) Escriba porqué (no) quiere pedir préstamos en Túmin.

17) ¿Cuáles productos y/o servicios, que hoy en día no se producen dentro de la red de El Túmin, podría producirse y ofrecer en esta moneda?

18) Imagínesse que hay dos productos idénticos (zanahoria, chorizo, tortilla...). Un producto está más caro pero se vende completamente en Túmin mientras que el otro producto más barato se vende sólo en peso mexicano. ¿Hasta cuántos por ciento de valor estaría Vd. Dispuesto/a pagar? (por ejemplo, si está dispuesto a pagar hasta 100 pesos y 120 Túmin, escriba 20)

Yo estaría dispuesto/a a pagar hasta el _____ % más para productos vendidos en Túmin.

19) ¿Cuántos nuevos tumistas ha captado usted mismo?

20) ¿Qué se debería hacer para captar más tumistas? Deje sus opiniones.

21) ¿Qué tipo de políticas públicas quisiera usted que hubiera por parte del gobierno local, del gobierno estatal y/o del Gobierno Federal?

22) Deje su comentario sobre El Túmin si quiere.

Muchas gracias por su colaboración.