Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Maestría en Gestión de Empresas de Economía Social Tesis

Convergencias de la economía social y solidaria y el veganismo. Análisis de experiencias y propuesta inicial para la conformación de una cooperativa de consumo de productos veganos en la ciudad de México

Tavira Servitje, Juan Pablo de

2019

https://hdl.handle.net/20.500.11777/4518

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del 3 de abril de 1981

“CONVERGENCIAS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA Y EL VEGANISMO. ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS Y PROPUESTA INICIAL PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE CONSUMO DE PRODUCTOS VEGANOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.”

DIRECTORA DEL TRABAJO

MTRA. NYDIA LOURDES REYES RODRÍGUEZ

ELABORACIÓN DE TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA

Presenta

JUAN PABLO DE TAVIRA SERVITJE

Puebla, Pue. **2019**

RESUMEN

En ese documento tiene como objetivo trazar el tronco común entre el movimiento vegano y la Economía Social y Solidaria y como ambos toman postura y hacen frente a la crisis civilizatoria que genera el capitalismo contemporáneo. Esto con el propósito de mostrar como el movimiento vegano puede ser un detonante de proyectos y empresas de Economía Social y Solidaria.

Se analiza el papel del consumo en la reproducción del capitalismo contemporáneo, así como su papel en la Economía Social y Solidaria. Se muestra como el veganismo puede entenderse como un tipo de consumo solidario el cual puede expandirse al reconocer, no solo a la industria de productos de origen animal como la fuente de explotación de los animales no humanos, sino al sistema capitalista en su totalidad. Entender a la explotación animal como uno de los factores más de la crisis civilizatoria.

Con esto se muestra como el movimiento vegano, al reconocer al sistema capitalista como causante de la explotación animal, puede visualizar a la Economía Social y Solidaria como un paso más allá del consumo y el activismo.

Para sostener el argumento se presentan 5 experiencias actuales donde convergen la Economía Social y Solidaria y el veganismo, los principios y valores que las mueven y como a través de ambos el veganismo y la Economía Social y Solidaria son una forma de resistencia ante la crisis civilizatoria del capitalismo.

Como ejercicio final se plantean las bases para la conformación de una cooperativa de consumo de productos veganos en la Ciudad de México, esto con el propósito de poder llevar a la práctica lo expuesto y analizado en este trabajo. Así mismo para deliitar el alcance de este planteamiento a un nicho y mercado específico, los veganos que habitan en la CDMX.

Índice

Introducción_____1
Capítulo 1 CAPITALISMO, ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA Y CONSUMO_____4
1.1. Crisis civilizatoria en el capitalismo_____5
1.2. Economía Social y Solidaria y su papel en el contexto del capitalismo contemporáneo_15
1.3. El papel del consumo en el sistema capitalista y sus efectos en la sociedad actual_____26
1.4. El consumo desde la Economía Social y Solidaria y su potencialidad para ampliar procesos de Gestión_____36
1.5. El consumo solidario como posibilidad *poscapitalista*_____42

Capítulo 2. VEGANISMO Y COOPERATIVISMO_____46
2.1. Cooperativismo y Cooperativas de Consumo ¿Qué son y como detonan proyectos amplios de ESS?_____46
2.2. El movimiento vegano, historia, principios y valores_____57
2.3. Algunas experiencias de cooperativas de consumo de productos veganos en el mundo. Elementos en común, límites y potencialidades _____77

Capítulo 3. CONFORMACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE CONSUMO SOLIDARIO DE PRODUCTOS VEGANOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO_____101
3.1. Características del consumidor vegano en la CDMX_____101
3.2. Primeros acercamientos de Formación, organización y gestión de una cooperativa de consumo vegana en la CDMX _____. 107

Reflexiones Finales_____112
Anexos_____116
Bibliografía_____117

Introducción

El propósito de este trabajo de tesis es mostrar la forma en que el *movimiento vegano*, desde sus principios y valores y, a través de la creación de cooperativas de consumo de productos veganos, puede fortalecerse como un proyecto de Economía Social y Solidaria. Desde esta investigación, se identifican coincidencias y elementos en común que son fortalezas y oportunidades de convergencia -entre el veganismo y la Economía Social y Solidaria- y que pueden coadyuvar a la construcción de una alternativa *postcapitalista,* es decir, una economía alternativa al modelo económico actual que ha generado una crisis civilizatoria y medioambiental.

Para mostrar la manera en que las empresas de Economía Social y Solidaria pueden ser una forma efectiva de resistencia al capitalismo y las problemáticas que genera en el contexto socioeconómico mundial y de México tenemos que hacer referencia al contexto del cuáles son sus características intrínsecas y cómo estas contribuyen a las problemáticas antedichas y la crisis civilizatoria; posteriormente se definirá y mostrará cómo la Economía Social y Solidaria puede ser un método efectivo para abordar estas problemáticas mientras coexisten con entidades capitalistas en un contexto global y se construye una posible alternativa *postcapitalista.*

Se abordará de forma detallada el papel del consumo, tanto en el capitalismo y su contribución a la crisis civilizatoria como en la Economía Social y Solidaria y la diferencia entre ambos. Esto con el propósito de justificar la importancia del consumo como detonante y generador de Economía Social y Solidaria, así como para demostrar que el consumo vegano es, efectivamente, un tipo de *consumo solidario* afín a los principios y valores de la Economía Social y Solidaria.

En el siguiente capítulo se hablará del cooperativismo, su historia, valores y principios y, en específico, se hablará de las cooperativas de consumo y su rol como detonante de

proyectos amplios de Economía Social y Solidarias a través de su historia y su rol como forma de resistencia ante el capitalismo. A continuación, se trazará una breve historia del movimiento vegano, se definirá el concepto de *veganismo*, así como los valores y principios que lo dirigen. Esto con el fin de mostrar un tronco común entre ambos el movimiento vegano y la Economía Social y Solidaria. Así mismo, se explicará cómo puede el veganismo ayudar a resolver los problemas socioeconómicos, medioambientales y alimenticios planteados en el contexto general. Posteriormente, a través de una sistematización de experiencias de cooperativismo vegano en México y en diferentes lugares del mundo (específicamente los Estados Unidos de América y El Reino Unido), se sondeará y se expondrá la conexión que estas empresas hacen entre Economía Social y Solidaria y veganismo, y qué papel juegan ambas en el contexto socioeconómico y medioambiental mundial. También se identificarán los retos, problemáticas, fortalezas y oportunidades de estas experiencias para poder así realizar una propuesta que considere lo expuesto en la sistematización.

Finalmente, con la información y análisis anterior se podrá generar un breve modelo y metodología para la creación de una *cooperativa de consumo de productos veganos* bajo los principios de la Economía Social y Solidaria en la Ciudad de México. Se expondrán datos sobre la población vegana de México y la Ciudad de México que ayuden a identificar las características y necesidades del nicho de mercado que ayuden a justificar la existencia de una cooperativa de consumo para este nicho, así como la metodología y plan de negocio a seguir.

La problemática que encuentra esta tesis es la carencia o limitado estudio de las cooperativas de consumo, existen hoy pocas fuentes al respecto, no existen manuales que guíen a personas que desean comenzar un proyecto similar, aún cuando puedan tener el deseo o necesidad de hacerlo. Desde la perspectiva académica, la información al respecto de las

cooperativas de consumo es limitada y prácticamente nula para la República Mexicana; no se encontró información detallada sobre las cooperativas de consumo existentes en este país ni un análisis de sus modelos de operación.

Esta tesis puede aportar información y datos relevantes sobre las cooperativas de consumo, proveer de información a miembros del movimiento vegano que deseen incidir más profundamente en las problemáticas económicas y medioambientales contemporáneos a través de la Economía Social y Solidaria, así como ser fuente para futuros casos de estudio.

Aunado a lo anterior, otra justificación al planteamiento central de tesis se perfila en crear un material breve, comprensible y puntual para ayudar a personas que deseen abrir una cooperativa de consumo y exponerla como opción viable para conseguir productos más baratos; los modelos y propuestas de esta tesis pueden, por lo tanto, ser útiles no solo para el nicho vegano propuesto como caso de estudio, sino para cualquier persona que busqué crear espacios de consumo más éticos, más accesibles y baratos, inclusive para veganos de otras localidades.

Capítulo 1

CAPITALISMO, ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA Y CONSUMO

En este capítulo se aborda la manera en que se determina, desde una perspectiva hegemónica de entender el mundo, la forma en que los seres humanos consumimos productos de la naturaleza para poder reproducir nuestra vida como especie humana. Esta forma de consumir ha tenido cambios a lo largo de la historia y ha configurado parte de la estructura económica actualmente predominante. Se parte desde el consumo sin perder de vista los demás elementos del ciclo económico como la producción o la circulación y, principalmente, el trabajo como fuente creadora de valor que valoriza y crea los productos que de la naturaleza obtenemos para nuestra sobrevivencia.

Poner especial atención en el consumo, sin perder de vista los demás elementos, abre la puerta a la posibilidad de ir reflexionando sobre la forma de transformar el resto del ciclo económico. Es decir, el consumo de productos veganos existe, junto con la idea de que el consumo de estos productos implica una negación de productos de origen animal, pero si esta idea, implícita en el acto de consumir productos veganos, trascendiera hacia la esfera de la producción -cuestionándose la forma en que se produce- y hacia la forma en que, a través del trabajo -muchas veces explotado y mal pagado- se transforma la naturaleza y con ella sus especies, se podría evitar que la producción de estos productos tuviera la única finalidad de la obtención de ganancias al ser producidas por empresas capitalistas.

En este sentido el consumo se vuelve la *entrada* para que, a través de alternativas como a la Economía Social y Solidaria, se generen nuevas formas de producción y distribución de productos veganos que, en un tiempo, generen circuitos de consumo solidario con el productor, dignificando el trabajo y, principalmente, regenerando la naturaleza, no generando más entropía y recuperando, a través de la solidaridad y el cooperativismo, una

forma de alimentarnos como especie que no implique la tortura, el maltrato y la muerte de otras.

Es importante señalar que en este capítulo se incorporan algunas reflexiones teórico-contextuales sobre el papel que ha tenido el consumo y la Economía Social y Solidaria en el sistema capitalista para poder posicionar el análisis del papel de las *experiencias veganas* de Economía Social y Solidaria y su vital importancia para la construcción de una alternativa o posibilidad *postcapitalista*. Para conseguir un abordaje más integral se irá planteando un marco categorial interpretativo flexible que nos ayude a entender el contexto socio-histórico al que se enfrentan las experiencias de consumo vegano desde la Economía Social y Solidaria. En este sentido, se analizarán a continuación algunos elementos del sistema capitalista que actualmente predomina en el mundo.

1.1.Crisis civilizatoria en el capitalismo

El capitalismo es un sistema que carece de una sola definición, la cual puede variar entre diferentes teóricos y economistas y con base a épocas y contextos. Asimismo, es un sistema que se encuentra en constante evolución y adaptación, en este sentido, quizá, habría que hablar más de "capitalismos" en plural, como mencionan Richard Wolff y Resnick en su libro *Contending Economic Theories* (2012), por su naturaleza mutante, oscilante y adaptativa.

Sin embargo, no hay que perder de vista que son las economías capitalistas y las élites que concentran la riqueza del mundo dentro de los países denominados "desarrollados", los cuales, generan *relaciones de dependencia*, pobreza y desigualdad con los países que ellos mismos han denominado como "subdesarrollados" en función de la reproducción y ampliación de capital[1]. Así se considera que el desarrollo y subdesarrollo son sólo partes del

[1] En este sentido la corriente de la Teoría de la Dependencia en América Latina hizo muchas aportaciones en torno a las relaciones de dependencia como condición necesaria para el desarrollo del capitalismo global. Autores como Ruy Mauro Marini, Teotonio dos Santos y André Gunder Frank hicieron distintos planteamientos desde la realidad latinomericana.

mismo proceso y que además se crean estructuras sociales internas para la expansión de los países industrializados (Spicker, Álvarez y Gordon, 2009).

En este sentido, se identifica el elemento de la industrialización como característico del proceso histórico de conformación del capitalismo y que, en este proceso, la industrialización se convirtió en un elemento fundamental del desarrollo, ser un país desarrollado equivaldría a ser un país industrializado. Sin embargo, las relaciones de dependencia entre los países fueron fuertemente marcadas por un inútil esfuerzo de los países subdesarrollados por "alcanzar", en su industrialización, a los países desarrollados.

Así, la industrialización implicó la incorporación de nuevos métodos de producción en masa de los productos, esto también se observó en el ámbito alimenticio, inclusive, desde los orígenes del pensamiento económico clásico.

Por ejemplo, en su obra "Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones" publicada en 1776, Adam Smith utilizaba el término "capital", el cual viene del latín *capitalis*, que significa cabeza; comúnmente acuñaba el término "capital" para referirse a las cabezas de ganado, también utilizaba la palabra sinónimo *livestock* o *stock*, que hoy en día se emplea para referirse a las "acciones" de una empresa[2]. En este sentido, Smith recurría a este concepto para ejemplificar la acumulación de bienes, en este caso las cabezas de ganado en la actividad agrícola, las cuales, según Smith, a través de la actividad productiva y de reproducirlas en masa, generaba un excedente que podía invertirse para aumentar la productividad, el empleo y los bienes de consumo; asimismo, Smith comparó el excedente de cabezas de ganado o "capital" con los excedentes de moneda generados a través del intercambio mercantil (Cahn, 2012).

Aunque el sistema mercantil (refiriéndose al intercambio de bienes y servicios a través del mercado) ya era dominante antes del trabajo publicado por Smith (Mandel, 2002), es a

[2] Este punto resulta notorio para poder ligar al capitalismo con una sociedad ganadera, que considera a los individuos y a los animales como "recursos" y la cual también contrasta con la visión del movimiento vegano. Este punto se profundizará más adelante.

partir de finales del siglo XVIII y principios del XIX que este se convierte en el sistema dominante y que aún sigue imperando en la actividad económica humana.

Curiosamente el concepto de capitalismo como tal fue acuñado principalmente por críticos de la Economía Política, de la propiedad privada y la acumulación planteada por Smith. El autor francés Pierre Joseph Proudhon, que algunos consideran el padre del anarquismo, se refería al capitalismo como el "régimen económico y social en el que el capital, la fuente de ingresos, generalmente no pertenece a quienes lo hacen funcionar a través de su trabajo" en su trabajo titulado "¿Qué es La Propiedad?" (Proudhon, 1840). Así mismo, uno de los mayores críticos de la Economía Política, Carlos Marx, hablaba comúnmente del "modo de producción capitalista" o "capitalismo" en su obra de 1867, *El Capital* (Marx, 2008) y es quizá el autor que más ahondo en el concepto. Para Marx el capital no sólo significaba el excedente de bienes, riqueza o moneda que podría incentivar más producción. Marx consideraba al capital como *una relación social* que divide la sociedad entre clases poseedoras de capital o medios de producción, y quienes tienen que vender su trabajo (proletarios) a estos poseedores de capital (capitalistas) para sobrevivir (Marx, 1867). Es en esta observación donde se comienza a vislumbrar al capitalismo, no sólo como una serie de conceptos técnicos económicos ligados a la producción de bienes y servicios, sino como un *sistema económico* que organiza la sociedad en su totalidad desde una racionalidad individual. En este sentido, el capitalismo se define y determina por sus relaciones de producción.

Si bien el capitalismo es un sistema económico, es importante entender cómo la sociedad se ha subordinado al funcionamiento de una economía de mercado; en este sentido, el economista Karl Polanyi (1944) profundizó en este tema en su libro "La gran transformación" a partir de la descripción de la necesidad de la economía de mercado de apropiarse de las denominadas "mercancías ficticias": la naturaleza, el trabajo y el dinero;

Polanyi identificó que dichos elementos no son producidos para su venta pero, a partir del sistema de "libre mercado" es que se les ha otorgado un precio de mercado que mercantiliza dichos elementos y, que para operar necesita de una estructura social que genere un modo de vida en torno a la ganancia individual y a específicas formas de consumo.

Ahora bien, para entender el porqué se propone un proyecto de Economía Social y Solidaria, en específico, una cooperativa de consumo y porqué se propone que ofrezca exclusivamente productos veganos es importante primero visualizar el contexto actual del sistema económico mundial dominante, el capitalismo, sus efectos en la sociedad humana, así como los problemas medioambientales que está generando. Una vez exponiendo se podrá examinar como la Economía Social y Solidaria y el veganismo pueden funcionar como una alternativa al capitalismo o comenzar a construir un horizonte que vaya *más allá* del capitalismo. Como ambas pueden ser una alternativa *postcapitalista*.

Reconociendo al capitalismo como sistema económico dominante cabría preguntarse ¿por qué se afirma que el capitalismo produce hoy una crisis civilizatoria? Rescatando y analizando los tres conceptos de "mercancía ficticia", trabajo, naturaleza y dinero de Karl Polanyi y observando cómo se ha ido desarrollando el capitalismo se puede ver hoy como el capitalismo se ha transformado generando una crisis civilizatoria. El filósofo y profesor de economía mexicano Armando Bartra mencionó, durante una conferencia en 2010, que:

> De manera periódica, el sistema capitalista padece estrangulamientos económicos, debidos principalmente al desarrollo de la técnica, que desplaza obreros, y al afán de lucro de los empresarios, que los lleva a reducir la remuneración de sus trabajadores, provocando que la masa salarial se estanque o se contraiga hasta el punto en que los ingresos de las familias ya no alcanzan para absorber la totalidad de los bienes de consumo que salen al mercado. Crisis, dicen, de sobreproducción, crisis, decimos otros, de subconsumo.
>
> Pero si los capitalistas quieren seguir acumulando riqueza necesitan realizar lo que producen, y es ahí donde el sistema financiero, sistema que se dedica a vender dinero, sale al quite ofreciendo crédito aparentemente fácil, aparentemente barato a quienes en realidad no tienen ingresos suficientes para

> pagarlo. En Estados Unidos, y de hecho en todo el mundo, se comercializan casas con hipoteca, coches a plazos largos y todo tipo de bienes y servicios pagados con dinero de plástico." (Bartra, 2010, p. 35).

Lo que menciona el filósofo mexicano se puede observar en los datos más recientes. Según el Fondo Monetario Internacional el nivel de deuda mundial que existe asciende a casi el 300% del producto mundial bruto. En otras palabras, bajo el sistema económico actual debemos casi tres veces lo que producimos en un año y esta deuda está concentrada en su casi totalidad en los llamados *países desarrollados* (FMI, 2019). Asimismo, el crecimiento económico se ha ido estacando con el tiempo. Si se analiza la tasa de crecimiento mundial histórica, a pesar de que, si ha existido un crecimiento en el producto mundial bruto, la tasa de crecimiento es cada vez más baja. Mientras en las décadas de los 50 y 60's se registraban crecimientos anuales del 7%, hoy en día difícilmente se han alcanzado niveles de crecimiento mayores al 2%, y solo hace 10 años, a causa de la crisis financiera se registró un crecimiento mundial negativo del -1.7% del cual hoy muy poco se ha recuperado (Banco Mundial, 2017). Estos datos nos muestran que lo que afirma Bartra de que el sistema capitalista sufre de un "estrangulamiento económico" es real. Tiene su fundamento en algo que, como también resalta Bartra, Karl Marx ya había analizado y puntualizado como una de las contradicciones intrínsecas del capitalismo: "la cuota general de plusvalía tiene necesariamente que traducirse en una cuota general de ganancia decreciente (pues) la masa de trabajo vivo empleada disminuye constantemente en proporción a la masa de trabajo materializada (Marx, 1965: 215)".

Sin embargo, Bartra continúa indicando que:

> "El estrangulamiento económico que inicia en 2008 es una de las dimensiones del gran descalabro sistémico. Está claro que la crisis no se agota en la depresión. Para dilucidar la encrucijada histórica que enfrentamos no basta con demostrar que al reducirse relativamente el capital variable, tanto por la elevación de la composición orgánica de las inversiones como por la proclividad a minimizar los salarios, se reduce tendencialmente la tasa de ganancia, y a la vez la posibilidad de hacerla efectiva realizando el producto. Esta es una tesis vieja, afortunada, filosa y profunda de Carlos Marx. Es cierto

> que la contradicción económica interna del capitalismo, diagnosticada por este autor hace siglo y medio, estrangula cíclicamente el proceso de acumulación, ocasiona crisis periódicas, hasta ahora manejadas. Digamos de paso, que según los apocalípticos que sostienen la teoría del derrumbe, esta contradicción algún día provocará la debacle definitiva del sistema: el sistema, dicen, se va a derrumbar solo por sus contradicciones internas, y esta es la contradicción fundamental. Sin embargo, este pleito del capital consigo mismo es sólo la expresión entripada, la expresión económica, del antagonismo entre el gran dinero y el mundo natural social al que depreda, es una dimensión de la crisis y no es, pienso, la dimensión fundamental." (Bartra, 2010, p. 36)

El capitalismo, como continúa exponiendo Bartra ha encontrado formas para adaptarse y renacer de las crisis constantes ya sea, como expone la teórica marxista polaca Rosa Luxemburgo, a través de la expansión y sumisión al capital de sociedades *precapitalistas*:

> "El capital no puede desarrollarse sin los medios de producción y fuerzas de trabajo del planeta entero; para desplegarse sin obstáculos el movimiento de acumulación necesita de los tesoros naturales y las fuerzas de trabajo de toda la tierra, pero como éstas se encuentran, de hecho, en su gran mayoría encadenadas a formas de producción precapitalistas […] surge aquí el impulso irresistible del Capital a apoderarse de aquellos territorios y sociedades." (Luxemburgo, 1967, p.280)

A través de la consolidación de un capitalismo financiero el cual compensa la falta de retorno de capital para ser reinvertido en el sistema productivo a través del crédito y la deuda bancaria como expusieron economistas marxistas como Rudolf Hilferding (1917) tras la muerte del teórico alemán. Al respecto el economista Paul Sweezy escribió:

> "Tradicionalmente la expansión financiera ha ido de la mano con prosperidad en la economía real. Es realmente posible que esto no sea ya no sea más cierto, que ahora en la parte final del siglo veinte, lo opuesto es más bien el caso: en otras palabras, que ahora la expansión financiera se alimenta no solamente de una economía real saludable, sino de una economía estancada". (Sweezy, 1994)

Si el capitalismo contemporáneo, dadas sus constantes crisis y estancamiento, hoy muestra ser dependiente del crédito y deuda bancaria y al encontrarse globalizado e incapaz de "apoderarse" de nuevos territorios para explotar, como puntualizaba Luxemburgo ¿cómo

será posible que el sistema se mantenga? ¿Cómo puede el sistema capitalista saldar todas las deudas de las cuales depende y evitar caer en una crisis aún mayor? Esta es, como también menciona Bartra, la dimensión más preocupante del problema: La dimensión medioambiental. Si la producción depende de la constante extracción de recursos, utilización de cada vez mayor de energía podemos observar que la última limitante del capitalismo es el límite medioambiental:

> "El monstruoso acelerón histórico que vivió la humanidad en la pasada centuria, debió habernos puesto sobre aviso de que si no quitábamos el pie del acelerador terminaríamos enrollados en un poste. En un lapso equivalente a 0.05% de la historia de la humanidad se usó energía en incrementos de 1 600%, la economía se expandió 1 400%, el empleo de agua dulce aumentó 900%, la población se incrementó 400%, pero el saldo negativo es todavía más pasmoso: el bióxido de carbono en la atmósfera aumentó en un terrorífico 1 300% y las emisiones industriales se dispararon nada menos que 40 000 por ciento." (Bartra, 2010, p. 44-45)

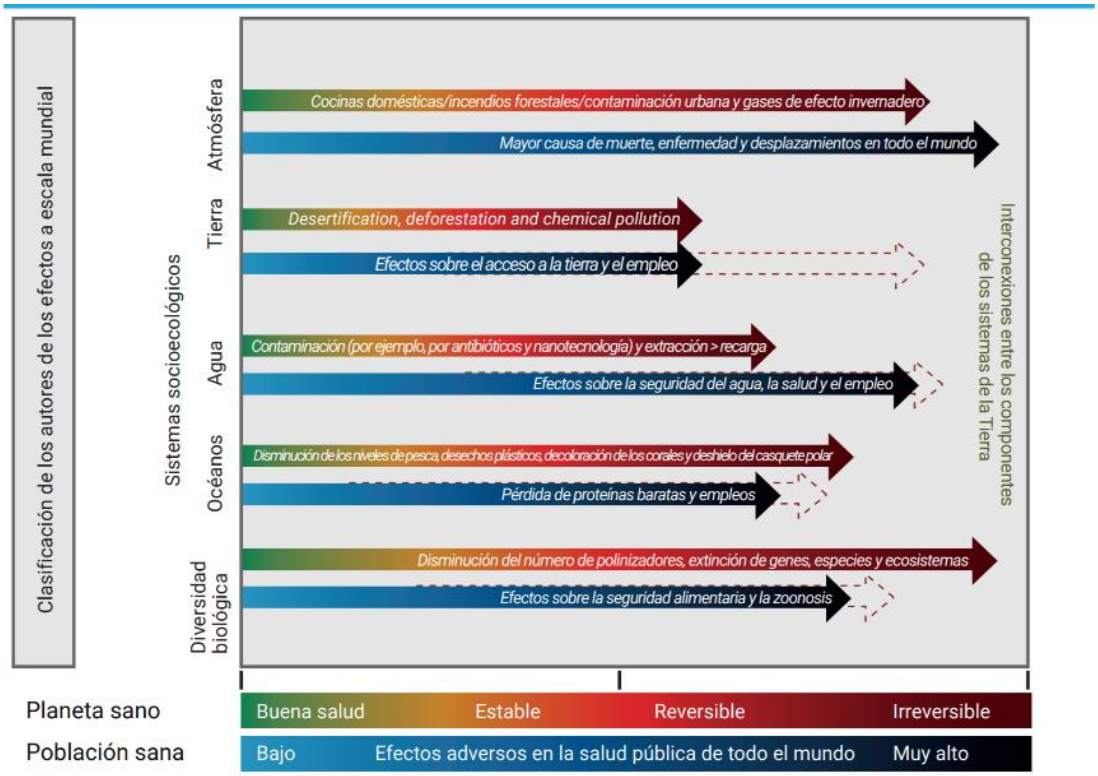
La evidencia de que nos dirigimos a un colapso medioambiental sin precedente ha ido en aumento solo por mencionar algunos datos sabemos que, según la ONU:

> "Los últimos cuatro años han sido los más calurosos de la historia y las temperaturas invernales del Ártico han aumentado 3 °C desde 1990. Los niveles del mar están subiendo, los arrecifes de coral se mueren y estamos empezando a ver el impacto fatal del cambio climático en la salud a través de la contaminación del aire, las olas de calor y los riesgos en la seguridad alimentaria." (Cumbre sobre la Acción Climática, 2019)
>
> "La resistencia antimicrobiana se convertirá en una de las principales causas de muerte debido a la contaminación de los cuerpos de agua, y los disruptores endocrinos, productos químicos que alteran el equilibrio hormonal de los humanos, afectarán la fertilidad masculina y femenina, así como el desarrollo neurológico infantil." (ONU, 2019).

En el reporte publicado en el marco de la cuarta Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (marzo 2019), el sexto informe de Perspectivas del Medio Ambiente

Mundial (GEO, por sus siglas en inglés) expuso esta imagen, la cual resume las condiciones medioambientales generales, abarcando deforestación, contaminación, gases de efecto invernadero y demás factores los cuales también indican su capacidad de ser reversibles y el impacto que generarán en la humanidad. Los resultados exponen un panorama desolador (véase figura 1):

Figura 1: Relación entre la salud del planeta y la salud de los seres humanos



Fuente: Tomado de Organización de las Naciones Unidas (2019). *Perspectias del Medio Ambiente Munsial 6.* Disponible en: https://www.unenvironment.org/es/resources/perspectivas-del-medio-ambiente-mundial-6

El mismo reporte concluye que:

> "[…] El modelo económico "crecer primero y limpiar después", utilizado en algunas regiones, no ha tenido en cuenta el cambio climático, la contaminación ni la degradación de los sistemas naturales. Además, ese enfoque ha contribuido a aumentar la desigualdad tanto dentro de los países como entre ellos y, a la larga, resultará más costoso. No será capaz de mantener de forma sostenible, en 2050, a 10.000 millones de personas sanas, satisfechas y productivas a no ser que se produzcan cambios profundos y urgentes en las modalidades de consumo y producción." (ONU, 2019)

Todo lo anterior nos indica que el capitalismo no sólo tiende a crisis constantes por sus contradicciones económicas intrínsecas, las cuales cada vez son más difíciles de sobrepasar dado la consolidación del capitalismo a nivel global, no permitiendo la subsunción de nuevos territorios al capital, sino que, más allá de lo económico, el capitalismo

contemporáneo está encontrando su límite más claro en su incapacidad de sustentarse medioambientalmente. Hoy más que nunca es claro que el sistema económico se debe de replantear considerando todo lo anterior y no solo para frenar el daño que actualmente está produciendo el capitalismo, sino para adaptarse a un futuro *postcapitalista* que afronte los daños hoy ya irreversibles.

Bartra concluye su exposición de crisis civilizatoria considerando que:

> "En todo caso la gran crisis es un llamado a la acción. Ante lo duro, ante lo tupido de las calamidades que nos aquejan nadie puede hacerse sordo y nadie puede mirar para otro lado y decir esto no va conmigo. La gran crisis no es un tropezón más, está en riesgo la especie humana. Y en esta lucha por salir del atolladero y encontrar un rumbo nuevo que nos lleve a un mundo más habitable, un mundo más soleado, habrá avances, habrá retrocesos, pero en esta batalla no podemos darnos el lujo de perder." (Bartra, 2010, p. 57)

Se rescata esta conclusión con dos propósitos, el de cerrar el tema de la crisis civilizatoria del capitalismo contemporáneo y abrir la propuesta que analiza tanto al veganismo como a la Economía Social y Solidaria como una posibilidad *postcapitalista* que permita al ser humano hacer frente a los problemas que hoy son ya irreversibles, pero también encontrar la forma de adaptarse a ellos.

1.2. Economía Social y Solidaria y su papel en el contexto del capitalismo contemporáneo.

Como suele suceder con diferentes disciplinas, no existe una definición exacta y determinante de la Economía Social y Solidaria y las definiciones de esta puede variar según cada organización y autor, aunque si revisamos fuentes desde sus orígenes hasta hoy podemos encontrar puntos en común que pueden englobarse en una serie de principios. Así mismo, a pesar de estar contenidas en una sola expresión, existen algunas diferencias y discrepancias entre lo que se entiende por Economía Social y Economía Solidaria. Por esto se diserta, inicialmente, sobre una breve historia de ambas a fin de encontrar un tronco común en el cual ambos conceptos puedan confluir, analíticamente hablando, en una sola definición.

A pesar de que la Economía Social ya venía expresándose en Europa desde mediados del siglo XIX en cooperativas, mutuales y demás entidades económicas colectivas fue en Francia en el año 1980 con la *Charte de l'économie sociale*, en la cual se definía la economía social como "entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad" (Monzón, 2006) que la economía social fue consolidándose como una expresión específica y separada del capitalismo y economía de mercado tradicional y dominante. A partir de esa primera declaración comenzaron a darse diferentes análisis y definiciones en distintos países europeos como el *Conseil Wallon de l'Économie sociale* y en Bélgica o La Confederación Empresarial Española de Economía Social, donde se hablaba de características comunes como la propiedad colectiva de las empresas, la distribución de los beneficios no vinculada a la aportación de capital, gestión y administración democrática, el aportación y compromiso con la comunidad la economía social comienza a esbozarse en una serie de principios comunes y es en el 2002 en la Carta de Principios de la Economía Social, promovida por la Conferencia

Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones que se definen los siguientes puntos (Pérez, Extezarreta y Guridi, 2006):

i) Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital.

ii) Adhesión voluntaria y abierta.

iii) Control democrático por sus miembros (excepto para las fundaciones, que no tienen socios).

iv) Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general.

v) Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad.

vi) Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos.

vii) Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a los miembros y del interés general.

A partir de la Carta de Principios de la Economía Social una de las definiciones de Economía Social más recientes con soporte institucional y aceptada por el mismo Consejo Económico y Social Europeo (CESE) es la siguiente:

> "Conjunto de empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, creadas para satisfacer las necesidades de sus socios a través del mercado, produciendo bienes y servicios, asegurando o financiando y en las que la eventual distribución entre los socios de beneficios o excedentes, así como la toma de decisiones, no están ligados directamente con el capital o cotizaciones aportados por cada socio, correspondiendo un voto a cada uno de ellos. La Economía Social también agrupa a aquellas entidades privadas organizadas formalmente con autonomía de decisión y libertad de adhesión que producen servicios de no mercado a favor de las familias, cuyos excedentes, si los hubiera, no pueden ser apropiados por los agentes económicos que las crean, controlan o financian." (Chaves y Monzón, 2006).

Por lo tanto, si revisamos el conjunto de estas definiciones podemos resumir cuatro principios básicos y comunes que caracterizan a las empresas de Economía Social:

i) Entidad económica no gubernamental.

ii) La persona tiene más importancia dentro de la empresa que el capital o las utilidades. Prioriza al trabajador sobre el lucro.

iii) Participación y voluntaria y abierta.

iv) Los excedentes generados por la empresa se utilizan para generar mejoras a la sociedad y el medio ambiente.

Aunque es difícil diferenciar entre Economía Social y Economía Solidaria existen algunas características sutiles que las anteponen. Para esto es importante también mencionar algunos de los autores que la han teorizado y sus contextos.

La Economía Solidaria a diferencia de la Economía Social se ha presentado y teorizado en contextos con mayores retos económicos o llamados "del tercer mundo" como lo es América Latina y de la mano de autores como el Chileno Luis Razeto, el Uruguayo Pablo Guerra y el Argentino José Luis Coraggio.

El concepto de Economía Solidaria en Latinoamérica comienza a teorizarse a mediados de los años ochenta por teóricos como el filósofo chileno Luis Razeto, quien define la Economía Solidaria como "una orientación fuertemente crítica y decididamente transformadora respecto de las grandes estructuras y los modos de organización y de acción que caracterizan la economía contemporánea." (Pérez, Extezarreta y Guridi, 2006).

Para Razzeto un concepto clave para la Economía Solidaria es que nombra como "Factor C" en contraste con el concepto de Capital el cual es comúnmente representado con la letra "K". El "Factor C", según Razeto puede responder a muchos conceptos: compañerismo, comunidad, cooperación, colaboración, comunión, coordinación y su esencia es "la energía social que surge de la unión de conciencias, sentimientos y voluntades tras un objetivo en común (Razeto, 2016) y el cual opera en 3 principales modos:

i) Potenciando a cada persona. Integrarla, acogerla, en un ambiente de compañerismo y colaboración.

ii) Potenciando el colectivo. El grupo operando en conjunto se energiza.

iii) Efecto de atracción, fuerza de gravedad. Donde hay seguridad, conexión interna se refleja en el exterior y los demás desean participar.

Por su lado el economista argentino José Luis Coraggio agrega que la solidaridad y definida como "un valor moral supremo, una disposición a reconocer a los otros y velar por ellos en interés propio. Pero también a cooperar, a sumar recursos y responsabilidades, a proyectar colectivamente" y al ser conectada con la economía, "se enfatiza que el objetivo de construir esa otra economía es inalcanzable sin que se afirmen los valores y las prácticas de solidaridad." (Puig y Coraggio, 2016), por lo tanto, según Coraggio, la implementación de la Economía Social implica:

> "un salto en la calidad y escala de la solidaridad. Supone pasar, en primer lugar, de la solidaridad intra-UD familiares/comunitarias y emprendimientos económicos (ya sean los microemprendimientos familiares o las grandes cooperativas y asociaciones) a la cooperación y complementación orgánica, conscientemente acordada entre diversas organizaciones de un mismo territorio, sector o encadenamiento intersectorial." (Puig y Coraggio, 2016)

Para el Dr. Pablo Guerra, Profesor e investigador en Sociología del Trabajo y Economía de la Solidaridad en la Universidad de la República de Uruguay, la Economía Solidaria:

> "puede ser vista como un fenómeno socioeconómico complejo donde se articulan tres dimensiones distintas de análisis: el movimiento social, con un fuerte discurso ideológico, proclive a la construcción de un nuevo modelo de desarrollo; el paradigma científico con una particular vocación por generar teoría pertinente para dar cuenta de los fenómenos económicos alternativos; y el sector específico de nuestras economías donde convergen las distintas experiencias de base solidaria. En América Latina es posible observar un alto dinamismo en cualquiera de estas dimensiones de análisis, especialmente a partir del surgimiento de distintas redes que operan desde la sociedad civil y de la puesta en práctica de políticas públicas dirigidas al fortalecimiento del sector" (Guerra, 2010).

Así mismo, como conclusión, el Dr. Guerra comenta que la Economía Solidaria surge de “la necesidad de crear teoría y categorías analíticas que puedan dar cuenta de las numerosas manifestaciones económicas que dudosamente podrían ser analizadas bajo los paradigmas convencionales.” (Guerra 2010). Lo cual indica que la para el autor, la Economía Solidaria conlleva una fuerte carga ideológica y que más allá de la diferencia entre autores y corrientes, lo que une las experiencias es “la lectura especialmente crítica que hacen de las estructuras económicas contemporáneas, y el rescate de la autogestión y el asociacionismo en las clases populares. (…) Claramente, sus defensores ubican esta corriente y sus experiencias, como contra referentes al neoliberalismo, e incluso al capitalismo" (Pérez, Extezarreta y Guridi, 2006)

Partiendo de las consideraciones anteriores podemos ver que quizá una diferencia fundamental entre los conceptos de Economía Social y Economía Solidaria es que, como menciona el Dr. Guerra, el concepto de Economía Social significa no sólo un cambio en las estructuras empresariales, relaciones laborales y gestión sino conlleva un factor hegemónico y paradigmático, el concepto de *solidaridad* y sus implicaciones en las relaciones humanas y comunitarias y su papel en la esfera económica.

La economía solidaria plantea, por lo tanto, no sólo modificar las estructuras económicas de la sociedad como son las empresas, el mercado y la legislación del Estado sino la manera en que nos visualizamos y relacionamos entre nosotros, nuestra comunidad teniendo como base la solidaridad, potenciar al individuo como al colectivo, el reconocer al otro como uno mismo.

Para poder hablar de Economía Social y Solidaria como un concepto unificado es necesario encontrar factores que conectan ambos conceptos y permitan entender su confluencia conceptual.

Para Coraggio (2016) la Economía Social y Solidaria en conjunto pueden resumirse por medio de dos significados que se complementan:

i) un *sistema económico* cuyo funcionamiento asegura la base material integrada a una sociedad justa y equilibrada.

ii) un proyecto de acción colectiva (incluyendo prácticas estratégicas de transformación y cotidianas de reproducción) dirigido a contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente, con la perspectiva actual o potencial de construir un sistema económico alternativo que responda al principio ético ya enunciado.

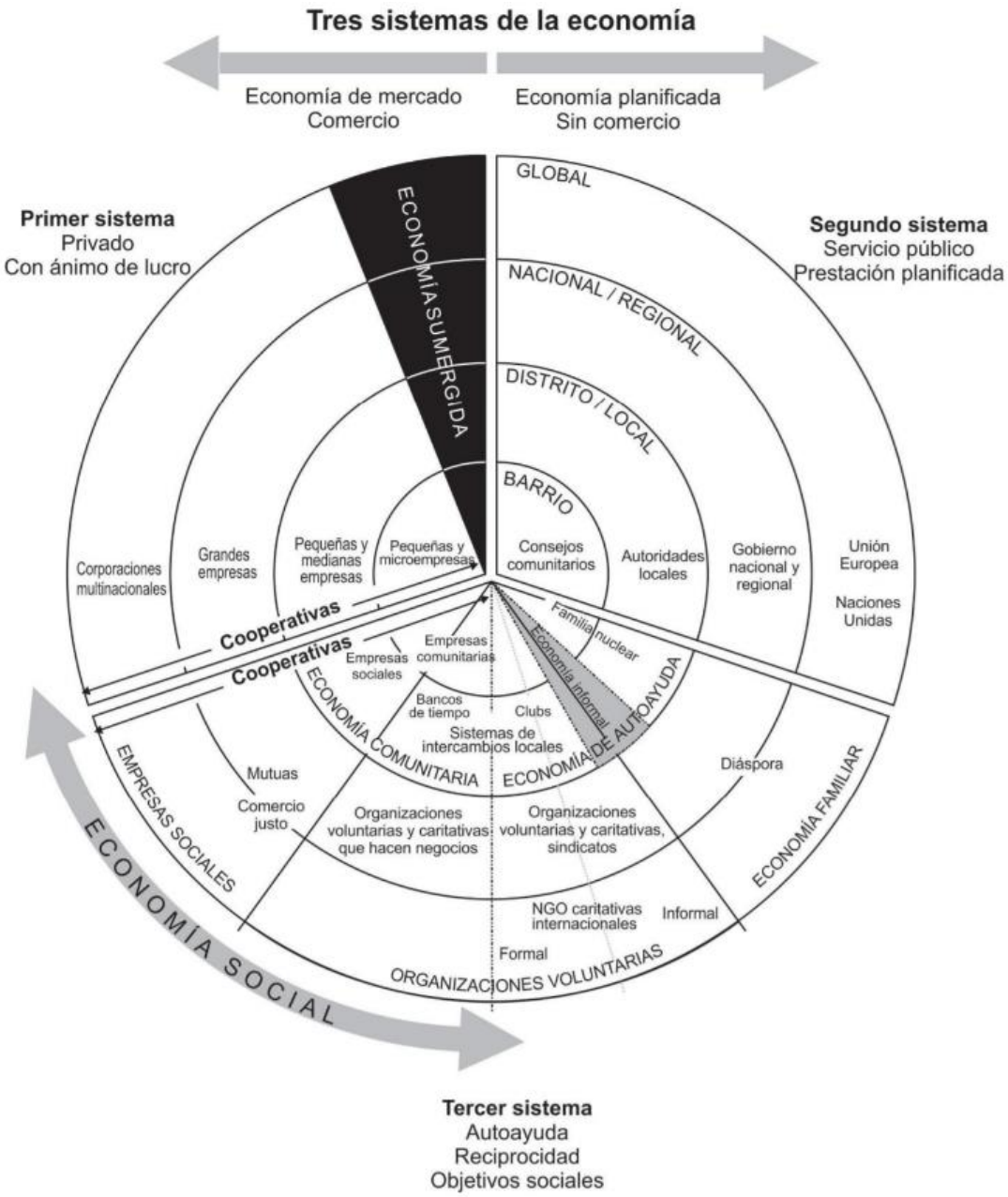
Al considerarse como un *sistema económico* y retomando los conceptos antes mencionados como la autogestión, la libre adhesión, pero sobre todo la característica de que las ganancias o los excedentes generados por la empresa se utilizan para generar mejoras a la sociedad y el medio ambiente y al estar sujetos a consideración democrática de sus miembros, es lo que le da la cualidad de *social* a este *sistema económico* ya que se entiende que toda labor económica en este sistema tiende a favorecer lo social sobre individual.

Como mencionan Pérez, Extezarreta y Guridi (2006), a diferencia de los debates en torno a la Economía Solidaria, las organizaciones tradicionales de la Economía Social como son las cooperativas, las mutuales (dentro de las cuales se encuentran Empresas altamente desarrolladas como la Cooperativa Mondragón del País Vasco, las mutuales francesas y alemanas) se centran en métodos y modelos para hacer más efectiva la participación de las empresas de Economía Social en el mercado, la competencia con otras empresas capitalistas tradicionales, la globalización, la tecnología e innovación, así como estrategias de incidencia en temas de políticas públicas; por otro lado, en foros sobre Economía Solidaria las discusiones se llevan en torno a factores más ideológicos y teóricos como lo son la desigualdad social y económica, desigualdad de género y étnica, modelos alternativos al

capitalismo. Así mismo existen considerables críticas a los modelos de la Economía Social dominante como las grandes corporaciones, la pérdida de reciprocidad y falta de posturas políticas que cuestionen al capitalismo contemporáneo.

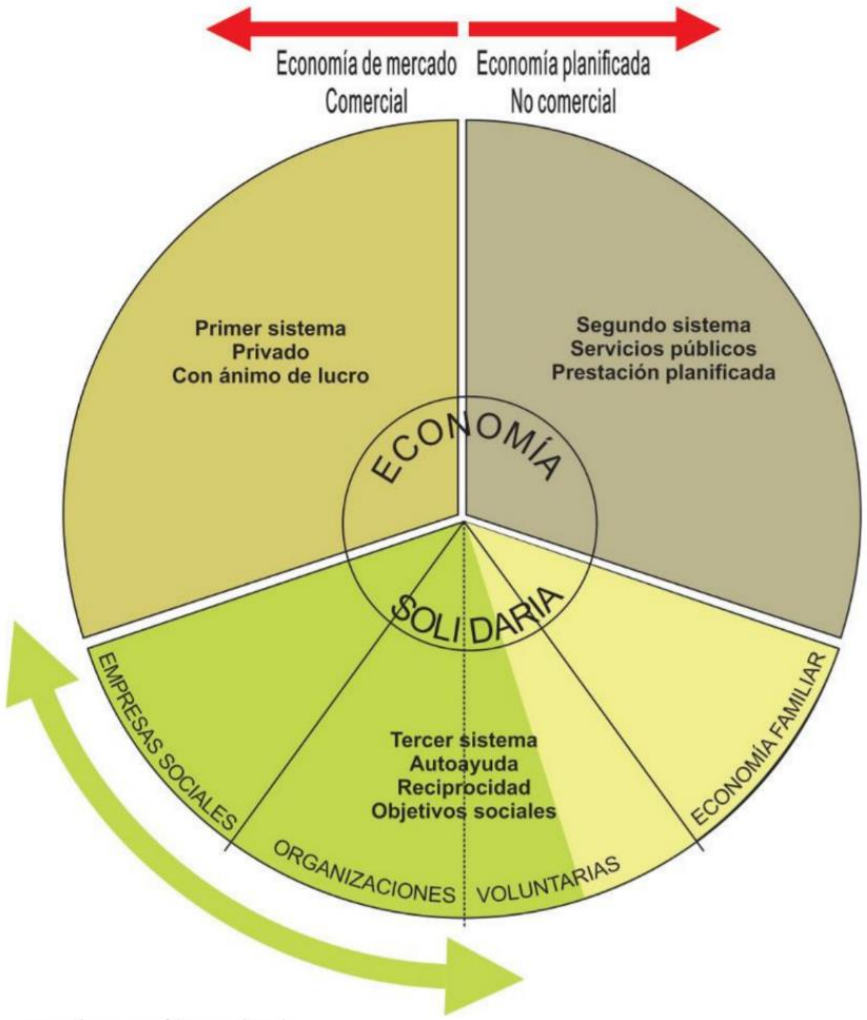
Algunos autores como los norteamericanos Mike Lewis y Dan Swinney (2007) han buscado generar una síntesis entre ambos contextos. Los autores parten de un análisis que divide la economía en 3 sectores o sistemas (figura 1): el Primer Sistema, caracterizado por la propiedad privada y la finalidad de lucro; el Segundo Sistema basado en los servicios públicos y la provisión planificada; y un Tercer Sistema o *Tercer Sector* el cual considera factores la ayuda mutua, la reciprocidad y objetivos sociales. Es este *Tercer Sector* donde se ubica a las cooperativas, empresas sociales y demás que conforman a la Economía Social, pero tomando en cuenta sólo aquellas que, como se muestra en la figura (2), se concentran en una economía de mercado o comercio. Para los autores y otros críticos de la Economía Social, la Economía Solidaria no se limita al lo expuesto en el *Tercer Sector*, sino que el efecto de la solidaridad generaría una intersección entre los diferentes sistemas de la economía como se muestra en las figura 2 y 3, donde la política pública a través de los consejos comunitarios, las pequeñas y medianas empresas privadas, las empresas sociales y comunitarias, así como las familias, participan en un cambio integral radical, ideológico, económico y político por lo cual la Economía Solidaria significaría más una “estrategia” que un sistema o sector nuevo, donde la reciprocidad y la colaboración pueden regenerar el tejido comunitario (Lewis y Swinney 2007).

Figura 2 Tres sistemas de la economía



Fuente: Lewis, M. y Swinney, D. (2007) “Social Solidarity Economy & Economy”, Disponible en: http://base.socioeco.org/docs/lewis-swinney.pdf

Figura 3: Restructurando el sistema



Fuente: Lewis, M. y Swinney, D. (2007) "Social Solidarity Economy & Economy", Disponible en: http://base.socioeco.org/docs/lewis-swinney.pdf

Analizando la información expuesta anteriormente, se puede observar que la Economía Solidaria contiene un componente ideológico radical considerable que no se concentra, fundamentalmente, en las cuestiones de gestión empresarial y económica, aunque los conceptos de Economía Social ya contengan contenido ideológico en sus prácticas de gestión, como la democracia, el reparto justo de remuneraciones y el apoyo mutuo, la Economía Solidaria plantea una constante revisión de los valores y las relaciones comunitarias esenciales y como se entrelazan estas con la economía.

Como derivado se propone la siguiente síntesis que podría definir la convergencia de ambas la Economía Social y Solidaria y los cuales se utilizarán como Principios y Valores de

la Economía Social y Solidaria, este será el esquema bajo el cual se desarrollará la cooperativa de consumo en cuestión:

Las empresas de Economía Social y Solidaria son organizaciones:

i) Donde la persona y el bien colectivo son primordiales ante el Capital

ii) De adhesión voluntaria y abierta

iii) De valores democráticos y de apoyo mutuo

iv) Las ganancias o excedentes generadas por la empresa son destinados a mejoras sociales y medioambientales

v) De importante contenido ideológico, filosófico y político. Tienen una visión amplia más allá de los intereses derivados de la gestión empresarial. Donde temas como la desigualdad de género, étnica y social, la ecología, son centrales para la misma e influencian en su actuar

vi) Que redefinen la forma en que nos relacionamos entre individuos y con nuestra comunidad. Donde valores como la reciprocidad, la solidaridad, el compañerismo, la cooperación y la preocupación por el medio ambiente guían la actividad económica

Para los fines de este trabajo de investigación es de central importancia crear una síntesis entre Economía Social y Economía Solidaria, puesto que el factor solidario e ideológico de la Economía Social y Solidaria es clave para entender la relevancia del veganismo dentro de la misma. [3]

En México la Economía Social y Solidaria se comienza a reconocer formalmente en 1983 con la reforma al artículo 25 Constitucional, donde se definió el denominado "Sector Social de la Economía". En esta reforma se puntualizaron los Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE), los cuales son las organizaciones, empresas y sociedades que

[3] Esta justificación se profundizará en el segundo capítulo que se centra en una reflexión sobre el veganismo.

conformarían el Sector Social de la Economía en México. Estos organismos son: (Ley de Economía Social y Solidaria, 2012)

i) Ejidos.

ii) Comunidades

iii) Sociedades Cooperativas.

iv) Empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores.

v) En general, de todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.

Posteriormente y con base en los lineamientos planteados en esta reforma se funda en 2012 el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) mediante la Ley de Economía Social y Solidaria promulgada en el mismo año. En el 2015 se publican reformas a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y a la Ley de la Economía Social y Solidaria, a través de las anteriores el INAES se integra a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y se convierte entonces en una institución fundamental para el desarrollo y solidificación del sector Social de la Economía (Diario Oficial de la Federación, 2015). Con esto comienza la ejecución del Programa de Fomento a la Economía Social cuyo objetivo es "Contribuir a mejorar el ingreso de las personas en situación de pobreza, mediante la inclusión productiva y financiera en el Sector Social de la Economía." (Secretaría de Desarrollo Social, 2017)

El INAES caracteriza la Economía Social con los siguientes puntos: (INAES, 2018)

i) La toma de decisiones democrática.

ii) No estar ligada directamente con el capital o aportaciones de cada socio.

iii) La propiedad conjunta o en común.

iv) Generar empleo y/o prestar servicios a los asociados.

Algunos de los beneficios de la Economía Social según el INAES y con los cuales justifica su fomento son una mayor cohesión social: "Integra a personas excluidas y marginadas. Los trabajadores y socios se convierten en protagonistas de la marcha de la empresa, se implican y comprometen con ella, y promueven el desarrollo de sistemas democráticos y pluralistas de decisión y de trabajo. Fortalece procesos de integración productiva y crea redes para participar en los mercados en mejores condiciones." Y finalmente que "contribuye a disminuir las desigualdades sociales." (INAES, 2018)

1.3. El papel del consumo en el sistema capitalista y sus efectos en la sociedad actual.

Para visualizar el papel del consumo en el sistema capitalista se trazará su conceptualización del consumo desde la propuesta de la economía política de Adam Smith para continuar con el análisis de Karl Marx en su crítica a la economía política y finalmente en un análisis del consumo en el capitalismo en el contexto contemporáneo por sociólogo Wolfgang Streeck. Esto con el propósito de mostrar el papel del consumo en la crisis civilizatoria del capitalismo mencionada anteriormente.

Para Adam Smith el consumo juega un papel de primera importancia en la economía. Para él, el consumo es el principal motor de la producción incluso mencionando en el capítulo 8 de "La Riqueza de las Naciones" que:

> "El consumo es el único fin y propósito de toda la producción; y el interés del productor debería ser atendido, solo hasta que sea necesario para promover aquel de los consumidores." (Smith, 1776)

Esto es consistente con la visión de Smith sobre la economía política en "La Riqueza de las Naciones", donde la riqueza de una nación no se mide por la cantidad de oro o plata que posee sino por la cantidad de productos y servicios que genera (Smith, 1776). Así mismo en su "Teoría de Los Sentimientos Morales" de 1759 donde comienza a formular su metáfora de *La mano invisible*, Smith proponía que a través de esta *mano invisible*, el impulso natural

del Rico, por tener un alto nivel de consumo, también aumentaría el nivel de consumo de los pobres lo que, según el autor, conduciría (dado que para Smith la producción tiene como único fin el consumo) a una mayor producción y una distribución relativamente equitativa de la riqueza entre las clases (Smith, 1759).

La mano invisible, según Smith, produciría un conjunto de acciones individuales que tendrían efectos secundarios benéficos para sociedad y el colectivo, aún cuando estos efectos fueran no intencionales.

Así mismo y, en apariencia contraria a sus afirmaciones anteriores, Smith apela a la prudencia en su "Teoría de Los Sentimientos Morales". El autor menciona que, en relación con la producción y el consumo, la persona prudente es un trabajador constante. La prudencia hace que el individuo consuma dentro de sus posibilidades y sus medios, por lo que, con el tiempo, la persona prudente acumularía lentamente riqueza. Si bien la riqueza generada en el tiempo por sí misma proporcionaría poca satisfacción, el aumento de la seguridad económica resultante permitirá a la persona prudente trabajar menos a medida que envejece. La persona prudente se sentirá una satisfacción mayor a medida que envejece y de mayor tiempo libre, debido al aumento tanto en términos absolutos como en comparación con su situación anterior (Smith, 1759). Esta postura muestra ya contradictoria a su afirmación que la riqueza (cantidad de bienes y servicios producidos) aumentaría con base al consumo ya que, si la producción está subordinada totalmente al consumo, un consumo "prudente" o limitado generaría una producción "prudente" y limitada y, por ende, una riqueza nacional limitada. Esto se abordará de nuevo más adelante y se mostrarán datos que muestran la incongruencia de la prudencia para sostener el modo de producción capitalista.

Cuando Karl Marx realizó su crítica a la economía política ideada en gran medida por Adam Smith analizó el sistema capitalista y expuso como el capital se reproduce y circula. Es

dentro de este análisis que se muestra el papel que juega el consumo dentro de este ciclo de valorización del capital.

El economista marxista inglés David Harvey menciona en su libro "Marx, el capital y la locura de la razón económica" (2017) que la definición favorita de Marx era "valor en movimiento" el cual sucedía durante el proceso de producción. En este proceso de *valorización del capital* el capital pasa por tres fases contenidas dentro de dos esferas, la esfera de producción y la esfera de circulación.

En la esfera de circulación suceden los denominados cambios de la forma de valor, de una forma de valor mercantil a una forma monetaria o *representación del valor* equivalente al valor del producto mercantil (Harvey, 2017). En esta esfera, según Marx no se crea valor (el cual sólo se crea durante la esfera de producción) sino sólo suceden intercambios de formas de valor equivalentes. Esta esfera está representada por la fórmula M – D – M (Mercancía-Dinero-Mercancía).

En cuanto a las tres fases del proceso de *valorización del capital* Marx apunta que, durante la primera fase, el capitalista adquiere (consume) en el mercado las mercancías necesarias para la producción: los medios de producción y la fuerza de trabajo. El capital que se encontraba en una forma monetaria o como una *representación del valor* se transforma en capital productivo y comienza la segunda fase, el proceso de producción el cual está contenido en la segunda esfera: *la esfera de producción*.

En el proceso de producción, a través explotación de la fuerza de trabajo asalariado, el valor del capital crece gracias a la *plusvalía* y sufre simultáneamente un nuevo cambio: de capital *productivo* se convierte en capital *mercantil*.

Como se mencionó antes, el valor del capital aumenta gracias a la *plusvalía*. Para explicar lo que significa la *plusvalía* David Harvey menciona que, durante una jornada laboral, llega un momento donde el trabajador ha producido lo suficiente para cubrir lo

equivalente a V, o el valor de la fuerza de trabajo representado monetariamente y otorgada al trabajador en forma de un *salario,* así como C, o capital constante que son medios de producción, la materia prima y demás adquiridos por el capitalista en la primera fase de la esfera de circulación. Pero el trabajador no deja de trabajar una vez que estos valores han sido cubiertos por su producción. Si el valor de la fuerza de trabajo ha sido cubierto en las primeras 5 horas de trabajo, y la jornada laboral es de 8 horas, el trabajador termina laborando y generando valor durante 3 horas más. El valor generado y apropiado por el capitalista en esas 3 horas extra de trabajo es lo que Marx denomina como *plusvalía* o S, por lo tanto el valor total de la mercancía producida en la jornada laboral puede entenderse con la siguiente expresión: C+V+S (medios de producción, valor de fuerza de trabajo y plusvalía) y si el capitalista solo ha aportado el valor de C y pagado al trabajador el valor de V es con S, o la *plusvalía,* donde el capitalista encuentra un *lucro* o un beneficio por encima de lo invertido en C+V (Harvey, 2017).

Es en este momento donde Marx nos muestra que, a diferencia de lo planteado por Smith, la producción no tiene como único fin el consumo de mercancía, sino también el lucro o la obtención de beneficios adicionales para el capitalista. Si no fuera así la mercancía simplemente se expresaría de la forma C + V sin necesidad de extraer del trabajador la *plusvalía.*

Pero el proceso de *valorización del capital* no termina aquí, sino que el capital entra a la tercera fase donde el capitalista regresa al mercado para vender las mercancías producidas por el trabajador durante la segunda fase de la esfera de producción. El capital, se transforma de nuevo de la forma mercantil a la forma monetaria expresada ahora en la fórmula M'- D', donde M' y D' representan respectivamente a la mercancía y la *representación del valor* en forma del capital monetario, pero conteniendo ahora la *plusvalía*. El capital vuelve al inicio

del ciclo, pero ahora el capitalista dispone de una cantidad de valor mayor, gracias a la apropiación de la *plusvalía:* el *lucro* (Harvey, 2017).

Es en esta fase donde le consumo juega un papel de suma importancia para el ciclo de producción capitalista. Si los productos no se venden en el mercado o, como lo menciona Harvey, *realizan su valor en el mercado* en forma monetaria, el valor contenido en la mercancía y representada por C + V + S puede entrar en un estado de *devalorización* del capital (Harvey, 2017). Es aquí donde la circulación del capital encuentra su mayor vulnerabilidad y puede frenarse abruptamente, ya que si la mercancía no *realiza su valor en el mercado* es imposible para el capitalista recuperar lo invertido en medios de producción y fuerza de trabajo, es incapaz de obtener un beneficio a partir de la *plusvalía* y también de reiniciar el ciclo de producción y mantener el valor en movimiento. El capital sólo puede existir, por ende, si el valor se encuentra en constante movimiento.

Gracias a esta observación también se muestra que la premisa de Smith de que el consumo es el único fin de la producción no es totalmente acertada. Dado el requerimiento de que la mercancía *realice su valor en el mercado* para que el capital pueda regresar a su forma monetaria y con ello la capacidad del capitalista de adquirir nuevos medios de producción, pagar la fuerza de trabajo y continuar la producción, vemos que el consumo también tiene como fin la producción, siendo ambos conceptos, producción y consumo mutuamente dependientes. La producción depende del consumo y el consumo de la producción. Esta conclusión también se contraviene con el concepto de prudencia propuesto por Smith, si el consumidor es prudente y limita su consumo para poder ahorrar y mejorar su calidad de vida y, por ende, trabajar menos este mismo estaría arriesgando la estabilidad del sistema productivo el cual necesita de consumo constante y repetido para poderse autosostener. Si el capital monetario es acumulado y la *realización del valor* de las mercancías es demorado la

producción entra en crisis. Un trabajador/consumidor prudente, por lo tanto, estaría arriesgando su futuro, más que garantizándolo.

Gracias al análisis de Marx podemos concluir que el consumo o más bien un consumismo (consumo excesivo y constante) en el sistema capitalista es esencial ya que, si la mercancía no se consume o *realiza su valor en el mercado* con regularidad todo el sistema productivo, así como la capacidad del capitalista de obtener ganancias y beneficios a través de la *plusvalía,* puede dejar cesar y entrar en crisis. Esto muestra claramente que el sistema capitalista requiere, necesariamente de incentivar el consumo constante por cualquier medio para poderse mantener. El consumo se transforma en consumismo.

El sociólogo Alemán Wolfgang Streeck en su ensayo del 2012 titulado "Los ciudadanos como clientes: Consideraciones sobre la nueva política de consumo", muestra con evidencia histórica lo que se puede observar en el análisis de Marx. Como en el capitalismo, una vez la producción fue capaz de cubrir necesidades básicas a través del consumo, generó un estancamiento donde el consumo de productos de necesidad básica, duraderos no fue suficiente para mantener el sistema productivo y la circulación de capital y fue entonces, de la mano con la aparición del denominado *neoliberalismo,* que comenzó una oferta masiva de productos creados para satisfacer deseos y caprichos de los consumidores, más allá de sus necesidades. Eso junto con una industria, hoy multimillonaria, enfocada a convencer a los consumidores de adquirirlos: el *marketing* y la *publicidad*.

A finales 1960's y principios de los 70´s marcó un claro parteaguas para el capitalismo moderno. Los primeros años de la postguerra, como muestra Streeck se definieron por una etapa económica de relativa estabilidad, producción y consumo coherente, de empleo pleno y crecimiento económico constante sin precedentes. A esta época se le conoce comúnmente como la época del Fordismo (Streeck, 2012). El Fordismo se definía por un ser un sistema de producción en masa de mercancía estandarizada la cual respondía

eficientemente a la transición del estilo de vida rural a urbano e industrial, donde las personas gastaban sus ingresos crecientes en productos de consumo durables como los automóviles o electrodomésticos. Estos productos, los cuales estaban siendo adquiridos por las familias por primera vez en su vida, mejoraban significativamente la calidad de vida de las personas. Aún con estos avances tecnológicos y de acceso a productos innovadores las necesidades de las personas aún eran obvias, difíciles de satisfacer y la escasez era un hecho por lo cual las mercancías que las personas demandaban eran productos de bajo precio duraderos y eficientes (Streeck, 2012).

El sistema de producción masiva y estandarizada del Fordismo permitió que esta demanda fuera cubierta y a través de una producción robusta y controlada, mantener un crecimiento económico alto y constante. Los mercados en esta época fueron controlados por empresas oligopólicas de gran tamaño que se beneficiaban de la creciente demanda. Ofrecían productos que nunca habían sido ofrecidos a la mayoría de las familias las cuales estaban adquiriendo estas mercancías por primera vez. Streeck apunta que durante el Fordismo la demanda superaba en gran medida a la capacidad productiva de las empresas las cuales se encontraban repetidamente en dificultades de cubrir la alta demanda. Para las empresas del Fordismo, vender era mucho más sencillo que producir y los consumidores estaban acostumbrados a fechas de entrega largas (Streeck, 2012). El autor comenta que estas características hacían que los países capitalistas de oeste fueran no muy distintos a los países del este bajo un socialismo de estado, donde también los consumidores se atenían a las fechas de entrega y listas de espera para obtener los productos deseados. Así mismo menciona que muchas de estas empresas de producción masiva estandarizada eran propiedad del estado o subsidiadas significativamente por el mismo esto era especialmente notorio en las empresas automotrices: Volkswagen en Alemania, Renault en Francia, British Layland en el Reino Unido y FIAT en Italia (Streeck, 2012).

Para 1971 el Fordismo de la postguerra llegaba a su fin, la demanda de productos estandarizados y duraderos comenzaba a estancarse y disminuir ya la mayoría de las necesidades básicas de la población ya estaban cubiertas, la calidad y duración de los productos estandarizados no permitía que las compras de remplazo cubrieran la tasa de crecimiento económico de los años anteriores y por las razones mencionadas anteriormente sobre la dependencia de la producción al consumo creciente, constante y repetido, así como la creciente movilización obrera por obtener mayores beneficios del alto crecimiento económico, hizo que el modelo se volviera insustentable. Las empresas se encontraron con altos costos de producción, el valor de la fuerza de trabajo recortaba la plusvalía y la disminución de la demanda, no permitió que los productos realizaran su valor en el mercado a un ritmo suficiente para que la circulación del capital continuara. La economía capitalista entraba de nuevo en crisis (Streeck, 2012).

Fue entonces que la economía mundial se vio en la necesidad de transformarse y donde el consumo tenía que jugar un papel clave para poder mantener el crecimiento requerido por el sistema productivo. Las empresas, a finales de los 70's y durante los 80's en una época que muchos catalogan como n*eoliberalismo,* reestructuraron sus procesos a través de tecnologías micro eléctricas capaces de recortar los ciclos de producción que lograban maquinaria menos dedicada y por ende menos estandarizada. Así mismo las políticas de privatización aumentaron y se gestó liberalización de las finanzas (Streeck, 2012).

Los cambios anteriores permitieron ofrecer productos con mayor variación y especificación y eso se puede observar claramente en los cambios que surgieron en la industria automotriz. Las empresas fueron capaces de generar diferentes modelos de automóviles, de partes intercambiables y reemplazables, variedad de presentaciones y colores, así mismo la industria fue capaz de ofrecer nuevos modelos de automóviles cada año, con mejoras tecnológicas y diseños vanguardistas. Esta obsolescencia diseñada incentiva a

los consumidores a acelerar el remplazo de los productos con regularidad, acelerando también la capacidad de la mercancía de realizar su valor en el mercado y, por lo tanto, acelerar también el ciclo productivo.

Otro factor importante, como se mencionó anteriormente es el crecimiento de la industria del marketing, la cual no sólo se dedicó a estudiar los deseos de la población para transformarlos en mercancías, sino que también comenzó a crear nuevas necesidades a través de campañas de comunicación planificadas y diseñadas. Con el consumo diversificado aparecen los llamados "nichos de mercado" y con ello, como menciona Streeck desde su análisis sociológico, una "identidad de consumo" (Streeck, 2012). Las personas comienzan a generarse una identidad con base a sus prácticas de consumo, a presentarse frente a la sociedad desde sus preferencias en el mercado, incluso se crean élites de consumo, donde las estratificaciones de clase se vuelven evidentes desde las capacidades de consumo de cada individuo.

Estás características efectivamente permitieron acelerar el proceso productivo y la circulación del capital y salvar a la economía del estancamiento en que se encontró tras el fallo del Fordismo, pero también han generado una economía de extracción y desperdicio. Según el Banco Mundial hoy la humanidad genera 2 mil millones de toneladas de desperdicios sólidos al año y se espera un crecimiento a más de 3 mil millones de toneladas de desperdicios sólidos anuales para el año 2050. Existe una correlación positiva entre la generación de residuos sólidos y el nivel de ingresos. Se proyecta que la generación diaria de desperdicios *per cápita* en los países de altos ingresos aumente en un 19 por ciento para 2050, en comparación a los países de ingresos bajos y medios donde se espera que aumente en aproximadamente el 40% o más. Más del 50% de estos residuos sólidos son los denominados "secos" donde se incluyen plásticos, cueros, metal, vidrio y demás no incluidos

en residuos orgánicos o de alimento (Banco Mundial, 2019). Así mismo la ONU indica en sus estudios sobre la tendencia y manejo de recursos que:

> "En el último medio siglo, el uso per cápita de los recursos minerales, incluidos los combustibles fósiles, ha aumentado considerablemente. La innovación tecnológica concentrada en producción energética y material eficiente se ha visto abrumada por el aumento de la demanda y los ingresos de la población." (ONU, 2006).

1.4. El consumo desde la Economía Social y Solidaria y su potencialidad para ampliar procesos de Gestión

El análisis y los datos expuestos en el apartado anterior muestran que el ritmo de consumo subsumido a la reproducción del capital en el proceso productivo capitalista presenta pocas probabilidades de ser sustentable a largo plazo. Pero si el consumo es una necesidad para la existencia humana entonces ¿Puede existir algún tipo de consumo que no se vuelva extractivo e insustentable? ¿Cómo puede la Economía Social y Solidaria abordar estos problemas desde el consumo?

El filósofo brasileño Euclides Mance, quien ha dedicado su trabajo a analizar cómo las redes solidarias pueden crear lazos económicos, políticos y culturales para la creación de sociedades postcapitalistas enfocadas en el bien vivir, ha explorado y teorizado el consumo tanto en el capitalismo contemporáneo como el papel que juega el mismo en la Economía Social y Solidaria. Mance defiende la idea de la existencia de un *consumo solidario* y lo identifica también como un factor esencial para la creación de redes solidarias y colaborativas, características del bien vivir y la Economía Social y Solidaria.

En su libro de "La Revolución de las Redes" de 1999 y en su versión final del 2006, Mance considera primeramente que el consumo es una "exigencia para la reproducción de cada ser vivo en particular" (Mance, 2006) pero que el mismo no busca satisfacer simplemente las necesidades naturales y biológicas, sino que también las necesidades culturales las cuales responden a las formas de vivir específicas a cada sociedad. Así mismo apunta que consumimos para "satisfacer deseos, calmar miedos, llenar ansiedades, sentirse especial, etc." (Mance, 2006). Aunque el autor destaca que no existe una sola forma uniforme de consumir e identifica cuatro diferentes prácticas de consumo: *el consumo alienante, el consumo compulsivo, el consumo como mediación del bien-vivir* y, en particular, se enfoca en la importancia del cuarto tipo de consumo*, el consumo solidario.*

El *consumo alientante*, según Mance, es el tipo de consumo que se practica de forma masiva en la sociedad capitalista actual y se caracteriza por ser un consumo que "busca en las mercancías algo más que simples cualidades objetivas" (Mance, 2006), sino que, como menciona Mance (2006), influenciados por la publicidad, la moda y el elitismo, los consumidores atribuyen cualidades virtuales que determinan su adquisición más allá de su necesidad o utilidad para el consumidor. Estas cualidades van desde los deseos y anhelos del consumidor, hasta sus miedos, angustias y necesidades imaginadas y se manejan en el mercado de tal forma que el consumo de ciertas mercancías o marcas se consideren como la mejor opción para alcanzar la felicidad y la realización humana. Estas observaciones concuerdan con el análisis de Wolfgang Streeck presentado en el apartado anterior de este capítulo donde el *consumo alienante* se vuelve necesario para continuar con la reproducción del capital en el proceso productivo y, como agrega Mance (2006), permite el giro del capital y la concentración progresiva de la riqueza en grupos reducidos ya que "entre más poderoso es el grupo, más invierte en publicidad, lo que aumenta sus posibilidades de hegemonizar a más sectores de mercado" (Mance, 2006). Entre más dominante sea esta homogenización de la información los consumidores serán presa fácil del consumismo alienante generador de desperdicio y extracción, como se mostró en el apartado anterior.

Otra práctica significativa en la sociedad es el *consumo compulsivo.* Mance aclara que este tipo de práctica está ligado directamente a las capacidades económicas de los consumidores y que estas condiciones obligan por necesidad al consumidor a optimizar su consumo con base a los recursos disponibles. Mance menciona que:

> "Los trabajadores pobres "estiran el salario" buscando comprar lo esencial y más barato, priorizando más por la cantidad de productos adquiridos con la misma cantidad de dinero que por sus cualidades propiamente dichas." (Mance, 2006).

En un estrato socioeconómico más elevado, los consumidores balancean los criterios de calidad y cantidad con base a los recursos disponibles. Buscan, según Mance adquirir

mercancía en cantidad suficiente y de la mejor calidad posible dentro de sus posibilidades adquisitivas. Sin embargo, Mance aclara que los consumidores compulsivos también se ven influenciados y ajustan su consumo con base al consumismo alienante que predican los medios publicitarios (Mance, 2006). El consumidor compulsivo practica el consumo alienante si sus posibilidades económicas inmediatas lo permiten ya que están también influenciados por la hegemonía del mercado del *consumo alienante*.

Otra modalidad del consumo que menciona Mance es la del *consumo como mediación del bien-vivir*. En este tipo de consumo las cualidades virtuales que generan los medios publicitarios para incentivar el *consumo alienante* están menos presentes que la salud, el bienestar y los placeres individuales, los cuales son particulares a cada individuo, lo que contrasta con la homgenización elitista que propone la hegemonía del *consumo alienante.* Las personas que practican el *consumo como mediación del bien-vivir* no siguen modas consumistas ni se dejan llevar por los ganchos publicitarios, sino más bien un análisis particular por parte del consumidor sobre cada producto, como, por ejemplo: sus procesos de producción, sus ingredientes, su origen, su impacto en el medio ambiente o la salud. Estas prácticas son extendidas a diferentes mercados como la literatura, el cine, los videojuegos y demás entretenimiento. Es un consumo que evita los productos de baja calidad o que ciegan al consumidor de la violencia y la opresión o que alteran el comportamiento que genera la exposición semiológica de la publicidad mediática. Es importante aclarar que el *consumo como medicación del bien-vivir* no ignora los límites marcados por los recursos y poder adquisitivo de los consumidores, sino que se practica dentro de estos límites y dentro las posibilidades de cada consumidor. A diferencia del *consumo compulsivo*, el *consumo como medicación del bien-vivir* no está limitado simplemente por las capacidades económicas.

Como menciona Mance:

> "Practicar el *consumo como medicación del bien-vivir* requiere la diligencia de la sensibilidad de los sentidos humanos, el desarrollo de criterios de evaluación para seleccionar los objetos, dentro de las

> posibilidades de consumo que cada uno tenga, y que contribuyan de la mejor manera, con la singularidad de cada persona, al bienestar social y la preservación de los ecosistemas." (Mance, 2006).

Por lo tanto, para practicar el *consumo como medicación del bien-vivir* es necesario superar las formas de consumo compulsivo y alienante y desarrollar las sensibilidades que permiten discernir y apreciar la calidad de los productos adquiridos, así como la experiencia que genera su consumo. Es por esto que para Mance el bien-vivir es compartir (Mance, 2006), compartir las experiencias de sentirse satisfecho y pleno. Como, por ejemplo, compartir un café con una amistad, mostrar fotografías de un viaje, una comida en familia, etc.

Finalmente, Mance concluye mencionando que el *consumo solidario* se da cuando la selección de lo que se consume se hace no solo considerando el bien-vivir subjetivo e individual, sino que también un bien-vivir colectivo. Esto sólo sucede cuando existe una conciencia sobre los impactos que la producción de ciertas mercancías en los ecosistemas y la sociedad en general. Para Mance:

> "El consumo es la última etapa de un proceso productivo y las decisiones sobre el consumo -que toman los individuos en particular y la sociedad como un todo- pueden influir tanto en la generación o el mantenimiento de puestos productivos en una sociedad, en la preservación de ecosistemas, en el reciclaje de materiales, en el combate a la contaminación, en la promoción del bienestar colectivo de la población de su comunidad de su país y el planeta; pero también pueden generar desempleo, colaborar en la extinción de especies vegetales y animales, en la producción cada vez mayor de basura no biodegradable, en el aumento de la contaminación y el deterioro de la calidad de vida de la población de su comunidad, de su país y del planeta como un todo" (Mance, 2006).

Es relevante para esta tesis resaltar que Mance considera también dentro del *consumo solidario* tanto a los ecosistemas y el resto del planeta como a las demás especies animales que lo habitan. Si se toma en cuenta el hecho de que los demás animales son también seres

conscientes como el ser humano [4]; capaces de sentir dolor, miedo, angustia y sufrimiento, un *consumo solidario* debería, técnicamente, considerar también el bienestar de otras especies animales, su maltrato y condición en las múltiples industrias de que explotan especies animales. Si a esta observación agregamos el impacto que el consumo de alimentos de origen animal contribuye al cambio climático, a la deforestación y a la destrucción generalizada de los ecosistemas, así como la explotación laboral de los trabajadores de estas industrias, tendríamos que el veganismo en esencia es un tipo de *consumo solidario.*

Así mismo para Mance el *consumo solidario* debe ir más allá de las consideraciones de calidad y precio de los productos. Si un producto "promueve el bien-vivir de la colectividad" (mantiene empleos, reduce jornadas de trabajo, preserva los ecosistemas y el bienestar de los seres que los habitan, etc.) un *consumo solidario* debería de priorizarlo sobre los demás, aunque este tuviera un precio mayor o una calidad inferior a los productos similares ofrecidos en el mercado (Mance, 2006).

Mance destaca que en experiencias de *consumo solidario* donde pequeños productores, colectivos y cooperativas crean diferentes productos que no son los mejores ni más baratos del mercado, pero que consumirlos "garantiza a las personas que los producen la condición de seguir viviendo de su propio trabajo con la dignidad que merece todo ser humano." (Mance, 2006).

De los planteamientos de Mance podemos derivar que *un consumo solidario* es un consumo consciente. Que requiere de un análisis profundo y honesto por parte del consumidor, aceptar su participación en el proceso productivo y sus implicaciones. Si el consumo en el capitalismo contemporáneo conlleva, como puntualiza Wolfgang Streeck expuesto en el apartado anterior de esta tesis, una fuerte carga ideológica y hegemónica

[4] Este punto se justificará en el capítulo final dentro del apartado de "El Movimiento Vegano, historia principios y valores." donde se mencionará la Declaración de Cambridge sobre la "Conciencia Animal" y la investigación hasta la fecha que ha demostrado la capacidad de todos los organismos del reino animal para percibir su propia existencia y el mundo a su alrededor.

enfocada a la reproducción del capital, un *consumo solidario* congruente con los valores de la Economía Social y Solidaria debe también ser un consumo consciente y alineado con los principios y valores de la Economía Social y Solidaria. No es suficiente producir desde los principios y valores de la Economía Social y Solidaria sino también se puede y es necesario consumir con estos valores, para que así la mercancía producida bajo los esquemas de la Economía Social y Solidaria pueda *realizar valor en el mercado* y, por lo tanto, se pueda seguir generando valor y riqueza fuera de una economía extractiva y destructiva *postcapitalista*.

1.5. El consumo solidario como posibilidad *poscapitalista*

Anteriormente ya se ha expuesto en esta tesis como la Economía Social y Solidaria puede funcionar como "un embrión, escuela, creador de sujeto, laboratorio y escaparate de una economía *postcapitalista*" (Laville y Garcia, 2009) por orientarse a la satisfacción de las necesidades de una forma democrática y sostenible y no hacia la maximización de beneficios o la reproducción del capital a cualquier costo. Pero ¿Qué papel juega el *consumo solidario* dentro de este horizonte *postcapitalista* desde la Economía Social y Solidaria?

Euclides Mance propone en "La Revolución de las Redes" un sistema de redes de colaboración solidaria las cuales se conforman por células interconectadas que se relacionan entre sí bajo un esquema de solidaridad o como lo define Mance: "Colaboración solidaria significa pues, trabajo y consumo compartidos, cuyo vínculo recíproco entre las personas viene, primero, de un sentido moral de corresponsabilidad, por el *bien-vivir* de todos y cada uno en particular" (Mance, 2006) y donde con *bien-vivir* se refiere a "respetar el deseo personal y promover su realización, en la misma medida que se respeta el deseo público y se promueve su realización" (Mance, 2006). La unidad básica de la red de colaboración solidaria, aunque lo que permite consolidar una red de células interconectadas es el envío y flujo de materiales, de información y de valor entre ellas. Esto, por lo tanto, implica tanto una red de producción como de consumo entre células.

Bajo la lógica del capitalismo, según Mance una empresa capitalista sólo puede sobrevivir si logra cubrir una demanda específica, existente o creada por la publicidad, en un mercado en competencia constante con otros proveedores y marcas, los cuales luchan entre sí para cubrir esta demanda a través del consumo. Es por esto que muchos proyectos de Economía Social y Solidaria llegan a fracasar, porque no logran superar la lógica competitiva del mercado capitalista, ya sea porque son incapaces de ser igual de eficientes que las empresas capitalistas en distribuir y producir la mercancía o porque no logran mantener los

precios bajos y alta calidad para captar el mercado *consumo compulsivo*; así mismo, difícilmente, pueden alinearse a la publicidad que genera el *consumo alienante.* Ambos siendo los tipos de consumo dominantes en el mercado capitalista.

Por otro lado, bajo la lógica de la red solidaria, como expone Mance (2006), "toda célula productiva es, primeramente, una célula de consumo" ya que todas las células de la red están interconectadas en un movimiento constante entre consumo, distribución y consumo. De esta forma, una red solidaria, conformada por diferentes empresas e instituciones de Economía Social y Solidaria no se guía por el patrón de mercado capitalista, por buscar de forma reduccionista la mejor calidad al mejor precio, o productos que prometan estatus, característicos del *consumo compulsivo* y el *consumo alienante* respectivamente, sino por su pertenencia a la red solidaria y su capacidad de fluir dentro de ella y fortalecerla. En cuanto a la calidad de los productos dentro de la red Mance menciona que "La calidad exigida por el consumo final o por el insumo demandado, obliga a toda cadena a mejorar su proceso productivo evitando el desactivar células, pues esto adelgazaría la red como un todo al reducir su demanda y producción" (Mance 2006).

Todo consumo en la red que propone Mance se divide en dos categorías: consumo final o aquel que realizan las personas para satisfacer sus necesidades y deseos; y consumo productivo, o el consumo para realizar otros productos o servicios. Si la red tiene que ser capaz de satisfacer tanto la demanda del consumo final como del consumo productivo, esta tiene que ser por lo tanto extensa y diversa.

Lo expuesto anteriormente resalta la importancia del consumo tanto para la reproducción del capital y el mantenimiento del sistema capitalista, como para la creación de una red solidaria sólida y estable. Así mismo, comenzar por generar grupos o células de consumo solidario puede ser un generador de redes solidarias más amplias que incluyan

también redes productivas y terminen por consolidar la interconexión de estas. Como comenta Mance:

> "La expansión de la red de consumidores solidarios, promoviendo la intensividad y extensividad de las células de consumo, es vital en la primera fase de implementación de la red productiva, para que ésta tenga la capacidad de obtener valores que permitan satisfacer sus propias demandas (de consumo productivo y final) y asumir otros gastos del ejercicio laboral." (Mance, 2006).

Este punto es importante para esta tesis ya que, al proponerse una cooperativa de consumo de productos veganos, se propone también la misma como un detonador de una red solidaria extensa que abarque también la producción y financiamiento de empresas que produzcan mercancía y servicios libres de explotación humana y animal de forma sostenible. Para Mance:

> "La organización de compras solidarias, en forma de células de consumo, permitirá optimizar los recursos para la satisfacción de las demandas de los consumidores solidarios, y así vender los productos elaborados en la red productiva y abaratar la adquisición de los insumos utilizados en la producción." (Mance 2006).

Al ser el consumo de productos no provenientes de un origen animal una característica compartida entre todos los veganos, organizar una red de consumo solidario entre veganos puede detonar, como menciona Mance, una red solidaria vegana que abarque toda la cadena productiva y de consumo, inclusive fortalecer a productores veganos y permitirles obtener los insumos de un origen no animal para la producción.

De la misma manera, sobre las cooperativas de consumo, Mance menciona en su artículo titulado "Solidaridad basada en Cadenas Productivas" (2006) que:

> "La actividad de consumo cooperativo y otros grupos organizados de consumidores demuestran que, organizándolos, los consumidores son capaces de aumentar su poder adquisitivo y mejorar su calidad de vida, mientras al mismo tiempo si ellos pertenecen a redes basadas en la solidaridad hacen posible comercializar los bienes producidos por empresas basadas en la solidaridad. Así la novedad de este sistema es que se pueden aumentar las cadenas productivas por un enfoque de la solidaridad que

> empieza desde consumo final y productivo, en la medida en cómo es escogido el suministro emprendido según consideraciones técnicas, ambientales y sociales." (Mance 2006).

De esta forma, desde una perspectiva Marxista, las cooperativas de consumo irrumpen en el proceso de producción y reproducción del capital al evitar que los productos capitalistas *realicen su valor en el mercado* impedir así que el capital continúe su ciclo y con ello que el capitalista se apropie de la *plusvalía* y del capital en forma monetaria para reiniciar el proceso productivo. Consumir dentro de una red solidaria permite, por otro lado, que el valor creado en la red se quede en la red.

Organizar una cooperativa de consumo solidario vegano no sólo significa un beneficio para el movimiento vegano, al poderse obtener más y mejores productos aptos para veganos a precios accesibles y fortalecer a productores y empresarios veganos con una visión solidaria, sino que también se contribuye a una economía con visión *postcapitalista* bajo los principios de la Economía Social y Solidaria. Si la mercantilización de los animales no humanos es una práctica masiva del capitalismo actual, organizar un sistema económico solidario con visión *postcapitalista* es también una forma de eliminar la mercantilización de los animales no humanos.

Capítulo 2

VEGANISMO Y COOPERATIVISMO

2.1. Cooperativismo y Cooperativas de Consumo ¿Qué son y como detonan proyectos amplios de ESS?

Es notable resaltar que, como se mencionó anteriormente, la Economía Social tiene su origen en las cooperativas y mutuales y es notable el cooperativismo mismo comenzó con una cooperativa de consumo, la *Sociedad de Hilanderas* de Fenwick en 1796 en Escocia y más tarde se consolidó con la *Sociedad Equitativa* de los Pioneros de Rochadle en 1844 en Manchester, Inglaterra. Es en esta sociedad donde por primera vez se nombran y puntualizan los valores y principios del cooperativismo que aún siguen vigentes.

Hablar de la Sociedad de Hilanderas de Fenwick es importante dado que, a pesar de que los Pioneros de Rochdale son comúnmente mencionados como los creadores del cooperativismo, la Sociedad de Hilanderas muestra que el cooperativismo y las cooperativas de consumo pueden haber sido un movimiento creado por *mujeres*, como forma de resistencia en un período difícil para las y los trabajadores de la industria textil (Biblioteca Nacional de Escocia, 2018). En ese periodo hubo una mayor presión por parte dueños de los talleres por reducir los sueldos si no cumplían los estándares de calidad deseados. Los hilanderos se encontraron en la difícil situación de conseguir material de calidad mientras sus sueldos eran cada vez más bajos. En esa época, la idea de que los trabajadores formaran sociedades mutuas se consideraba peligrosa, ya que amenazaba el orden social existente y más aun tratándose de mujeres. A pesar de esto 16 hilanderos, entre ellos varias mujeres, se organizaron para comprar en conjunto material de calidad, pudiendo así conseguir mejores precios al mayoreo. Para esto fundaron una sociedad en la iglesia de la localidad ya que la

iglesia ofrecía cierta protección. La sociedad tendría como base tres propósitos (Biblioteca Nacional de Escocia, 2018):

i) Apoyarse

ii) Asegurar el futuro de su comercio.

iii) Asegurar un precio justo por su trabajo.

El documento creado el 14 de mayo de 1761 aclaraba también que al firmar el mismo, los socios se comprometían a "ser honestos y fieles entre sí y con sus empleadores, hacer un trabajo de alta calidad y establecer precios justos, ni muy altos ni muy bajos."

Notablemente los esfuerzos de la sociedad no se limitaron a mejorar la situación de sus miembros sino plantearon aprovechar la organización para generar beneficios a su comunidad.

El 9 de noviembre de 1769, la sociedad acordó que los excedentes generados se usarían para comprar alimentos a granel que se venderían a los miembros y no miembros a un buen justo, más bajo que lo común en el mercado. Además de extender hasta cuatro semanas de crédito a los clientes basados en la confianza y solidaridad de la comunidad.

Los fondos y excedentes de la sociedad también se invirtieron para comprar libros y, en 1808, los miembros fundaron una biblioteca para la comunidad local.

En los registros de la sociedad, también hay evidencia de una forma de cooperativa o mutual de crédito, un banco comunitario basado en principios cooperativos y solidarios. La gente podría pedir dinero prestado de los fondos comunales a una tasa de interés fija y baja.

La sociedad duró más un siglo, disolviéndose finalmente en 1873 dado el fuerte crecimiento de la revolución industrial y la migración masiva del contexto rural al fabril urbano característico del periodo. Aunque hoy se ha rescatado la sociedad y su historia e incluso aceptando nuevas membresías (The Fenwick Weavers Society, 2018).

Actualmente se considera a la Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale la primera cooperativa de la historia su experiencia aún significa de suma importancia para el movimiento cooperativo en general, ya que sentó las bases a través de plantear valores y principios que aún hoy son vigentes tanto en el cooperativismo como en la Economía Social.

La historia de la cooperativa de Rochdale comienza en la ciudad del mismo nombre ubicada en el condado de Gran Manchester al noroeste de Inglaterra. Esta pequeña ciudad tenía como actividad económica predominante la tejeduría, organizada inicialmente por pequeños talleres locales. Durante la revolución industrial de mediados del siglo XIX, la transición a una producción fabril causó que muchos trabajadores independientes, incluidos los tejedores de Rochdale, al verse incapaces de competir con las grandes empresas productoras en productividad y precio, se vieran obligados a vender su fuerza de trabajo a las mismas y perder su autonomía e independencia económica. Esto generó un decrecimiento en los ingresos de la población y una angustia que culminó en una serie de huelgas y revueltas. La ciudad de Rochedale no fue excepción ya que en 1808 estalló una huelga de trabajadores que tuvo como respuesta la ocupación de tropas militares y represión sistemática del Estado Inglés que permaneció hasta 1846 (Restakis, 2010).

Los años, a partir de 1837, fueron difíciles para la comunidad de Rochdale; esta ciudad fue una de las más golpeadas por la depresión económica de la época. El hambre y la pobreza generalizada dejó a familias enteras en vulnerabilidad, se calcula que la ingesta calórica de la población disminuyó un 60% de 1837 a 1841 (Restakis, 2010). Estas condiciones urgentes y deplorables, así como la represión constante fueron las que dieron pie a la subsecuente organización solidaria de sus pobladores.

En 1844, 28 tejedores de la comunidad se organizaron para formar una pequeña tienda, la primera cooperativa de consumo a detalle. Juntaron lo que pudieron de dinero para

comprar al mayoreo productos que después ofrecían a sus miembros en un precio mucho menor.

Al principio la tienda ofrecía pocos productos como leche, mantequilla, harina, avena, velas y azúcar, la cual abrió pocos días antes de navidad el 21 de diciembre de 1844 (Restakis, 2010). La cooperativa se fundó con 28 libras de la época (una libra por miembro) y con un compromiso de cada miembro de contribuir 2 peniques a la semana.

Aún con estos modestos inicios, la cooperativa inició con grandes aspiraciones: "reorganizar los poderes de producción, distribución, educación y gobierno" (Holyoake, 1882) esto muestra que el proyecto comenzó con un fuerte componente ideológico y político, más allá de resolver los fuertes problemas económicos de sus fundadores. Después de 10 años, el movimiento cooperativista inglés habría crecido a casi 1000 cooperativas.

Desde sus inicios, los Pioneros de Rochdale tenían muy claro lo que deseaban lograr con sus esfuerzos y cuáles serían sus objetivos. Los cuales enunciaron claramente en la fundación de la sociedad a los que llamaron *objetos* (Rochdale Pioneers Museum, 2018):

> "Los objetos y planes de la Sociedad son establecer acuerdos para el beneficio pecuniario, mejorar la condición social y doméstica de sus miembros; reunir una cantidad suficiente de capital en acciones de £ 1 cada uno, y poner en funcionamiento los siguientes planes y arreglos:
>
> i) El establecimiento de una tienda para la venta de provisiones, ropa, etc.
>
> ii) La construcción, compra o levantamiento de casas, en la que pueden residir aquellos miembros que deseen ayudarse mutuamente a mejorar su condición doméstica y social.
>
> iii) Comenzar la fabricación de artículos que la Sociedad pueda determinar, para el consumo de los miembros que puedan encontrarse sin empleo o que puedan estar sufriendo como consecuencia de repetidas reducciones a sus salarios.
>
> iv) Como un beneficio adicional y seguridad para los miembros de esta Sociedad, la Sociedad deberá comprar o alquilar una propiedad o varias propiedades de tierras, que serán cultivadas por los miembros desempleados cuyo trabajo esté mal remunerado.
>
> v) Que tan pronto como sea posible, la Sociedad procederá a organizar los poderes de producción, distribución, educación y gobierno, o, en otras palabras, a establecer una colonia

doméstica autosuficiente de intereses comunes, o ayudar a otras sociedades a establecer tales colonias.

vi) Para la promoción de la sobriedad, un hotel de moderación se abrirá en una de las casas de la Sociedad tan pronto como sea conveniente.

Muchos aspectos de estos objetos se pueden ver directamente en el movimiento cooperativo moderno."

Es importante denotar como en los objetos con los que nace el cooperativismo, similarmente a la Sociedad de Hilandeas de Fenwick, la cooperación, la solidaridad y el deseo de contribuir a una vida mejor no se limitaba a los miembros de la cooperativa. Esto significa un punto clave para el cooperativismo y para la Economía Social y Solidaria en general. La solidaridad no debe limitarse a los miembros de las empresas sino debe ser un principio universal por el cual se rigen y por ende se expande a toda la sociedad y el planeta.

Más adelante, estos objetos se fueron refinando a lo que hoy se conoce como Los Principios de Rochdale los cuales hoy siguen siendo guía y estandarte del movimiento cooperativista. La Alianza Cooperativa Internacional que se define a sí misma como "la organización principal de cooperativas en todo el mundo, que representa a 318 federaciones y organizaciones cooperativas en 110 países" (Alianza Cooperativa Internacional, 2018) retomó los Principios de Rochdale y los redefinió como Los Valores y Principios Cooperativos los cuales hoy fungen como guía y orientación para toda cooperativa. Estos principios son:

i) Libre adhesión y libre retiro.

ii) Control democrático por los asociados.

iii) Participación económica de los asociados.

iv) Autonomía e independencia.

v) Educación, capacitación e información.

vi) Cooperación entre cooperativas.

vii) Interés por la comunidad.

Como se puede observar en los puntos anteriores y comparándolos con algunas de las definiciones y descripciones de Economía Solidaria puntualizadas al principio de este capítulo, podemos encontrar evidentes troncos comunes, como lo son la toma de decisiones democrática, la libre adhesión, el interés por la comunidad, etc., lo cual clarifica el papel esencial y generador que cumplen las cooperativas en la Economía Social y Solidaria.

Como se mostró, las cooperativas de consumo pueden ser consideradas como el origen del cooperativismo en general plantando los principios y valores de este, pudiendo estos ser aplicados muy diferentes tipos de cooperativismo como las cooperativas de producción, de vivienda y demás, pero las cooperativas de consumo son por sí mismas un modelo muy particular de cooperativismo.

Actualmente existen pocas fuentes bibliográficas o académicas que se dediquen a analizar el modelo de cooperativa de consumo a pesar de su importancia para el modelo cooperativista en general. La profesora Anne Meis Knupfer de la universidad de Purdue es una de las autoras que se ha dedicado a estudiar y teorizar sobre cooperativas de consumo y las cooperativas alimenticias. En su libro *Food Co-Ops in America: Communities, Consumption and Economic Democracy* (2013) Knupfer estudia la historia e importancia de las cooperativas de consumo en los Estados Unidos de Norte América a través de analizar casos de estudio actuales, así como el papel de estas durante épocas de crisis como lo fue La Gran Depresión durante los 30’s del siglo XX.

Knupfer define las cooperativas de consumo como “tiendas de propiedad colectiva cuyos miembros juntan su dinero y recursos, a veces su trabajo y toman decisiones democráticamente sobre las normas, productos y estructuras de trabajo” (Knupfer, 2013) y aclara que una cooperativa de consumo difiere de una tienda de autoservicios y al por menor tradicional en varios factores.

Primero: en que, al ser propiedad de sus miembros, se crea el potencial de democracia participativa en la toma de decisiones y formación comunitaria.

Segundo: en que las cooperativas de consumo tienen el potencial de generar educación del consumidor al ser los consumidores los mismos que deciden que productos ofrecer. Al fomentar una educación del consumidor se crea mayor responsabilidad en la compra, logrando que el consumidor sea más consciente de los productos que está adquiriendo y su impacto en la salud, en la economía y el planeta. De la misma manera, como el interés de la cooperativa de consumo no es generar ganancias para la empresa sino satisfacer las necesidades de consumo de sus miembros, se propicia que los productos que se ofrezcan en la misma sean de mejor calidad, saludables y ecológicos y no basados en el margen de ganancia que tienen para el comercio.

Tercero: Las cooperativas de consumo tienen el potencial de incidir en la legislación de alimentos. Al generar procesos de interés colectivo y la adquisición de productos de calidad, las cooperativas de consumo pueden generar la presión social suficiente para incidir en la vida pública y la legislación en temas de alimentación. Esto ya ha sucedido en la práctica como durante los años 60's del siglo pasado cuando *La Liga Cooperativa* de los Estados Unidos presionó para que se legislara contra la publicidad falsa y a favor del etiquetado informativo de los productos (Knupfer, 2013).

Por último, las cooperativas de consumo, al tener un alto involucramiento comunitario y de sus miembros y consumidores, tiene el potencial de apoyar a miembros que también son productores y mantener la riqueza dentro de las comunidades, así como promover productos frescos y locales. Este contacto directo con los productores fomenta una negociación sana entre productor y consumidor para alcanzar precios justos para ambas partes e impulsar el desarrollo comunitario desde la misma comunidad.

Como se mencionó anteriormente las cooperativas de consumo nacieron a la par del movimiento cooperativista en general con las sociedades de Fenwick y Rochdale aunque en cierto momento y a partir de la diversificación del cooperativismo en cooperativas de producción, vivienda y servicios las cooperativas de consumo comienzan a formar su propia historia.

Con el crecimiento de la industrialización a finales del siglo diecinueve y principios del veinte las cooperativas de consumo florecieron. Muchas formadas por grupos de inmigrantes en las ciudades, pueblos mineros y áreas rurales quienes se organizaron primeramente en los llamados clubes de compradores los cuales tenían como único objeto juntar recursos monetarios para poder comprar productos de necesidad común a precios más accesibles. Más tarde estos clubes fueron identificando principios y valores comunes y es a través de un mayor involucramiento y gestión por parte de los miembros de los clubes de compra que estos se transforman en cooperativas de consumo, ya que el objeto de estas se expande más allá de la mera adquisición de productos a objetivos de bienestar común, democracia y goce colectivo de las ganancias generadas plasmadas en nuevos principios y valores como los propuestos por la Sociedad de Rochdale.

Muchos de estos clubes de compra nacen desde las organizaciones sindicales y uniones de trabajadores con el propósito de defender sus intereses económicos comunes satisfacer de sus miembros. A mediados de los 1800 la *New England Protective Union* fundó sus propias tiendas donde los miembros del sindicato podían comprar alimentos y otros suministros y para 1852, el sindicato ya contaba con 167 tiendas, un capital de $241,000 dólares y ventas por 1.69 millones de dólares. Cinco años después ya existían 800 tiendas en trece estados de Estados Unidos de Norte América, otras uniones de trabajadores como Los Caballeros del Trabajo (1869-1890) abogaban por una “economía política democrática” para remplazar al capitalismo y fundaron 280 locales bajo los principios de Rochdale y con el

ideal de " establecer un mejor sistema de intercambios económicos y promover con base en la equidad y la libertad, acciones de compañerismo mutuo y cooperativo entre productores y consumidores alrededor del planeta" (Knupfer, 2013).

En México las cooperativas de consumo y quizá todo el movimiento cooperativo, tiene sus orígenes en el mutualismo con la Sociedad Particular de Socorros Mutuos, la cual se fundó en 1853 por 33 socios los cuales en un solo mes crecieron a 120, sus miembros fundadores fueron sombrereros que protestaban contra la explotación laboral y la esclavitud moderna (Basurto, 1975). El funcionamiento del mutualismo se caracterizaba por pagos de cuotas mensuales de parte de sus miembros, los cuales eran destinados a proveer un salario durante los primeros 40 días de una enfermedad que los incapacitara de poder laborar, así como una fracción del mismo si la enfermedad o incapacidad se prolongaba. La mutualidad, así mismo, se encargaba de proveer atención médica gratuita a sus miembros y, en caso de fallecimiento, cubrir los gastos funerarios (Leal y Woldenberg, 1980).

Con el tiempo el mutualismo se volvió insuficiente para sus miembros dado que sólo se encargaban de los casos de incapacidad por enfermedad de sus miembros lo cual significaba sólo una fracción de los problemas en común que las organizaciones de artesanos y trabajadores identificaban. Por esta razón, eventualmente fueron influenciadas por el cooperativismo europeo, fundando así la primera cooperativa, específicamente, una cooperativa de consumo: *el círculo de Obreros.*

Esta cooperativa fundada en 1872 fue influenciada por la Internacional socialista, el cristianismo, anarquismo proudhonista, liberalismo social contaba entre sus miembros a asociaciones, obreros manuales, intelectuales o simplemente simpatizantes y se prohibía la pertenencia a partidos políticos. Sus objetivos, más allá de adquirir productos en común, eran (Basurto, 1975):

i) Mejorar por todos los medios legales la situación de la clase obrera, ya en su condición social, ya en la moral y económica.

ii) Proteger a la misma clase contra los abusos de capitalistas y maestros de los talleres.

iii) Relacionar entre sí a toda la gran familia obrera de la República.

iv) Aliviar en sus necesidades a los obreros.

v) Proteger la industria y el progreso de las artes (artesanías)

vi) Propagar entre la clase obrera la instrucción correspondiente en sus derechos y obligaciones sociales y en lo relativo a las artes y oficios.

vii) Establecer todos los círculos necesarios en la República, a fin de que estén en contacto los obreros de los Estados con los de la capital.

A partir de este proceso se observó entonces que la mutualidad, e incluso la cooperativa de consumo, habían quedado rezagadas ante las amplias necesidades obreras, pues pronto fue evidente la necesidad de que el trabajador se volviera dueño de su trabajo y del producto que él mismo genera. Así fue como se formaron proyectos más amplios, cooperativistas y no sólo de consumo sino de producción, crédito y ahorro (Rojas Coria, 1957).

El siglo XX fue una época notable para el crecimiento y consolidación de las cooperativas de consumo. En 1904 el economista francés Charles Gide escribe el libro "Las Sociedades Cooperativas de Consumo", el cual puede considerarse como el primer manual y compendio sobre la formación, organización y gestión de las cooperativas de consumo. Para 1924 el libro ya había sido traducido al inglés, español e italiano, volviéndose el un referente importante para la formación de cooperativas de consumo en todo el mundo, siendo incluidos sus planteamientos en varias reformas constitucionales (Rojas Coria, 1957).

Durante la crisis de la Gran Depresión norteamericana en los años 30 del siglo XX, el número de cooperativas de consumo aumentó gracias a incentivos federales dada la necesidad

de economías alternativas en una época de alto desempleo. Esto se debió a un esfuerzo conjunto de activismo de consumo, políticas públicas y organización sindical que benefició el crecimiento general del cooperativismo como alternativa y resistencia a la crisis (Knupfer, 2013).

Los años 60's y 70's también fueron décadas notables para el movimiento cooperativo y para la formación de nuevas cooperativas de consumo. La movilización mundial de los años 60's alrededor del mundo como el movimiento "hippie" pacifista en Estados Unidos de Norteamérica, el movimiento estudiantil francés de 1968, así como el mexicano del mismo año, mostraron un resurgimiento de la lucha obrera y de la clase trabajadora y con esto también el renacimiento de ideas socialistas, anarquistas y comunistas, así como del socialismo utópico dando pie también a la organización por un consumo cooperativo, así mismo el surgimiento del movimiento medioambientalista generó un interés mayor por un consumo más responsable, lo cual dio pie a la creación de nuevas cooperativas de consumo. Al ser el consumidor miembro del centro de distribución en la cooperativa de consumo este podía incidir en los productos que se ofrecerían en el punto de venta. De esta forma se podían seleccionar los productores con mayor conciencia medioambiental (Knupfer, 2013).

A finales del siglo XX e inicios del siglo XXI las cooperativas de consumo han tenido momentos de expansión y contracción aunque han mostrado ser resilientes a crisis económicas como lo muestra la *International Labour Organization* (Birchall y Ketilson, 2009), quienes señalaron que las cooperativas resistieron a la crisis financiera del 2008 y su subsecuente recesión económica, mencionando que las cooperativas de consumo hacen frente a la crisis y la recesión económica al reducir costos de los alimentos y otros elementos esenciales:

> "Las ventajas particulares de las cooperativas de consumo son que proveen bienes de consumo precio más bajo posible y con una garantía valor, y sí maximizar el potencial de los ingresos de sus miembros" (Birchall y Ketilson, 2009).

El estudio detalla como las cooperativas han logrado sobrevivir a diferentes crisis mundiales por su capacidad de *resiliencia* y *adaptabilidad*. Al no ser movidas por el lucro o las utilidades, las cooperativas son capaces de cubrir necesidades en situaciones de recesión y crisis económica.

Algunos ejemplos que menciona muestran como las cooperativas de consumo fueron clave para reconstruir Japón y Alemania tras la segunda guerra mundial, manteniendo la distribución accesible de alimentos. De la misma forma, cuando la unión soviética colapsó, las cooperativas de consumo soviéticas permanecieron y fueron claves para la supervivencia de la población (Birchall y Ketilson, 2009).

Otro caso interesante es el finlandés:

> "Finlandia sufrió gravemente una profunda recesión causada en parte por la ruptura de la Unión Soviética; Se perdió una gran parte de su mercado de exportación. Luego, cuando Finlandia se unió a la Unión Europea en 1995 se produjo un Impacto de la desregulación de los mercados. El desempleo, que había existido era del 3% a fines de la década de 1980, aumentó a más del 20%. El número de cooperativas propiedad de los empleados se disparó a alrededor de 1400." (Birchall y Ketilson, 2009).

Hoy Finlandia es líder mundial en cooperativismo de consumo. *S-Group,* un consorcio que aglomera a 22 cooperativas de consumo regionales y 1,646 tiendas locales que abarcan el 45% del mercado de distribución y venta del país (Euromonitor International, 2006).

2.2. El movimiento vegano, historia, principios y valores

El *veganismo*, como la mayoría de los movimientos sociales no es un movimiento uniforme y no tiene una historia definida ni cuenta con homogeneidad ideológica, aunque el tronco común del veganismo parece estar en el rechazo al consumo de productos y servicios derivados de la *vida animal*; el sentido profundo del movimiento reside más bien en un principio ético basado en el rechazo de *toda* explotación, objetivización y mercantilización de

los miembros del reino animal, o como define la organización del Reino Unido *La Sociedad Vegana* para diferenciar al veganismo del vegetariansimo, o de una dieta que simplemente excluye los productos de origen animal:

> "Uno puede volverse vegetariano por una variedad de razones: humanitaria, de salud o simplemente por una dieta; el principio tiene un poco de sentimiento personal, y varía en consecuencia. El veganismo, sin embargo, es un principio: que el hombre no tiene derecho a explotar a los animales para sus propios fines, sin variaciones. Por lo tanto, la dieta vegana se deriva completamente de "frutas, nueces, verduras, granos y otros productos no animales saludables", y excluye "carne, pescado, aves, huevos, miel y leche animal y sus derivados" (The Vegan Society, 1951).

El veganismo por lo tanto no es una práctica de consumo sino una posición ética que se sustenta en la empatía. Por ejemplo, la Dra Laura Wright cabeza del departamento de Inglés de la Universidad de Carolina Occidental, quien se especializa en literatura y teorías poscoloniales, ecocrítica y estudios con animales apunta que:

> "El veganismo una categoría identitaria -tales como las que constituyen la raza, la orientación sexual, origen y religión, por ejemplo- y su práctica depende del rechazo de todo producto de origen animal." (Wright, 2015).

Así mismo Wright considera que el veganismo ha existido durante miles de años y ha estado presente en diferentes culturas pero que nunca ha sido la posición ética dominante de ninguna de ellas, por lo tanto: "Se vegano, no importa donde y cuando, siempre ha constituido una posición no normativa y por lo tanto inspiradora de rechazo e incluso persecución" (Wright, 2015). Wright considera al veganismo más como una *orientación* que una *preferencia* basándose en la definición de *orientación* en el Diccionario de Inglés de Oxford: "La orientación es la actitud básica, las creencias o los sentimientos de una persona en relación con un tema o asunto en particular." (Wright, 2015), por lo que se implica una posición fundamental más allá de una simple elección o como lo ejemplifica Wright "escoger entre un coche Toyota o un Honda" (Wright, 2015).

El veganismo o el rechazo a consumir animales no humanos como principio ético y filosófico no tiene un origen histórico o geográfico puntual, aunque existe evidencia de que el rechazo de la explotación animal se ha considerado desde que el ser humano ha podido teorizar sobre su actuar, en diferentes épocas y lugares del mundo. Tristam Stuart quien ganó el premio ambiental internacional The Sophie Prize en 2011, pertenece grupo de *National Geographic Emerging Explores* y está catalogado por el Foro Económico Mundial como un Líder Joven Global, Trazó la historia del vegetarianismo en su libro del 2007 "*The Bloodless Revolution: A Cultural History of Vegetarianism from 1600 to Modern Times*" (Sin sangre: Una historia cultural del vegetarianismo desde 1600 hasta los tiempos modernos). Stuart recuenta extensamente la historia mundial del vegetarianismo como práctica de consumo, así como la postura ética del rechazo al consumo de otros animales no humanos.

El autor muestra que vegetarianismo, o el rechazo al consumo de productos de origen animal está bien documentado para las regiones del Este como India donde, a diferencia del oeste donde este ha sido recibido con "persecución, supresión y ridículo" (Stuart, 2007). Los estudios de Stuart sitúan el origen del *veganismo occidental* como una postura ética y filosófica en el encuentro de culturas pre-helénicas occidentales con el vegetarianismo hindú, muy anterior a la estadía de Alejandro Magno en India en 327 A.C. (Stuart, 2007). Así mismo encuentra extensas similitudes entre filósofos griegos como Pitágoras y las enseñanzas budistas e hindúes sobre que consideraban el consumo de animales un acto maligno (Stuart, 2007).

Lo que tanto Stuart como Wright mencionan es que el rechazo al consumo de animales no humanos nunca ha sido en si parte de la hegemonía de ninguna cultura en especial por lo que siempre, de alguna u otra forma este surge como un acto contra cultural y producto de una reflexión o sensación empática Wright, 2007). Para mostrar esto la Dra. Wright se basó en los estudios de la científica Social del USDA, Barbara McDonald, quien

estudio a un grupo de veganos para acertar el porqué realizaron una conversión al vegansimo (McDonald, 2000). El estudio arrojó que el veganismo sucede en la gran mayoría de los casos por un acto de conversión: "Hacerse vegano representa un cambio mayor de estilo de vida, uno que demanda el rechazo a la ideología normativa del *especismo*[5]" (McDonald, 2000) y que esto involucraba un proceso de experiencias catalíticas como sería la exposición de imágenes o literatura sobre el sufrimiento animal (McDonald, 2000). Estos resultados, así como las reflexiones de Wright sobre la cualidad no normativa del veganismo indica que el mismo no viene en si de una ideología proveniente de algún dogma, enseñanza o práctica cultural sino de un acto de conversión subjetivo contracultural producto de experiencias y reflexiones.

El veganismo en ciertos factores está alineado con el movimiento por los derechos animales o del movimiento de *liberación animal*. El movimiento por los derechos animales argumenta que "los animales no humanos tienen derecho a la posesión de su propia existencia y que sus intereses más básicos, como la necesidad de evitar el sufrimiento, deben recibir la misma consideración que los intereses similares de los seres humanos" (Rowlands y Campling, 2002). El movimiento de *liberación animal* por su lado busca ir más allá cuya lucha se centra en lograr que "los demás animales dejen de ser vistos como propiedad o utilizados como alimento, ropa, sujetos de investigación, entretenimiento o bestias de carga." (Sunstein, 2006). Si el veganismo se puede entender como la posición ética y filosófica que rechaza la alimentación, mercantilización y utilización de los animales no humanos para el beneficio humano, los derechos animales y la *liberación animal* pueden entenderse como diferentes posturas que ponen en práctica y lucha la *filosofía vegana*. Una *praxis* de lucha

[5] "El especismo es un concepto ético que refiere a la práctica de tratar a los miembros de una especie como moralmente más importante que los miembros de otras especies, y a la justificación de esta práctica. Ha sido formulado de diversas maneras, en relación con intereses, derechos e individualidad de los seres humanos y otros animales, y en términos de la supuesta relevancia moral que confiere la pertenencia a una especie. Es el reflejo de contraparte ético al antropocentrismo o la doctrina que, en el plano de la epistemología, sitúa al ser humano como medida y centro de todas las cosas." (Enciclopedia Británica, 2019)

vegana. Lo que diferencia a ambas prácticas es que una, los derechos animales, buscan la dignificación de la existencia de los animales no humanos dentro de un marco legal de la sociedad humana y la *liberación animal* busca liberar desde el fondo o desde la raíz a los demás animales, desconectándolos por completo de las consideraciones que el ser humano pueda tener sobre ellos. En este sentido, la práctica de la *liberación animal* es una *praxis* radical del veganismo.

La historia del movimiento por los derechos animales, para algunos autores, tiene su origen durante la época victoriana en el Reino Unido con el llamado "Movimiento de Protección Animal" el cual se centraba en el maltrato de los caballos de trabajo y transporte urbano. Asimismo, este movimiento fue abrazado, como sucedió con la lucha por el sufragio femenino, por mujeres de clase acomodada, quienes participaban en movilizaciones por la concientización de las condiciones de los animales de trabajo. (Wrenn y Collins, 2012). Es por esta razón que muchos autores y críticos revolucionarios de la época, incluyendo a Karl Marx y Engels, veían la lucha por los derechos animales una postura reaccionaria y pequeñoburguesa. Con respecto a esto el filósofo norteamericano Steven Best escribe:

> "En el Manifiesto Comunista, Marx y Engels agruparon a los bienestaristas de animales en la misma categoría de pequeña burguesía reaccionaria junto con organizadores de caridad, fanáticos de la templanza y reformistas ingenuos, sin ver que el movimiento de bienestar animal en los Estados Unidos, por ejemplo, era una politización clave. Una causa para las mujeres cuya lucha para reducir la crueldad hacia los animales era inseparable de su lucha contra la violencia masculina y la explotación de los niños. (Best, 2012)

Para soportar esto Best menciona a diferentes socialistas que defendieron la causa de los derechos y liberación de los animales no humanos como parte de la liberación de la clase obrera humana. Uno de estos fue el periodista norteamericano Upton Sinclair quien en su libro "La Jungla" (1906) expone la pésima calidad de vida y trabajo, condiciones insalubres y la explotación de los inmigrantes a Estados Unidos en la ciudad de Chicago y ciudades

industrializadas similares dentro la industria cárnica a principios de siglo XX, el libro surgió gracias a una investigación realizada para el diario socialista "Appeal to Reason" (Sinclair, 1906). De la misma forma retrataba la crueldad y sufrimiento que sufrían los animales no humanos utilizados en esta industria la cual equiparaba con las condiciones de los trabajadores de esta.

Por otro lado, varios autores y luchadores revolucionarios sociales abrazaron el vegetarianismo, el veganismo y la causa de los derechos animales. Uno de los más notables fue quizá el escritor anarquista revolucionario ruso León Tolstoi, quien argumentaba:

> "Sólo deseo decir que para una buena vida es indispensable un determinado orden de buenas acciones; que si la aspiración de un hombre hacia la vida correcta es seria, seguirá inevitablemente una secuencia definida; y que, en esta secuencia, la principal virtud que un hombre perseguirá será la abstinencia, la abnegación. Y en la búsqueda de ser abstinente un hombre seguirá una secuencia definida, y en esta secuencia lo primero será la abstinencia alimenticia, ayunar. Y en el ayuno, si él está buscando real y seriamente una buena vida, la primera cosa de la que se abstendrá será siempre el uso de la comida animal, porque, para no decir nada sobre la excitación de las pasiones causadas por dichos alimentos, su uso es simplemente inmoral, ya que implica la realización de un acto que es contrario al sentimiento moral — matar; y es provocado sólo por la codicia y el deseo de comida." (Tolstoi, 1900)

Otro pensador socialista que abogó por los derechos animales y la *liberación animal* fue el inglés Henry Salt, quien, durante los inicios del siglo XX, no sólo practicó una vida vegana, sino que también luchaba por los derechos de prisioneros, mejorar las condiciones en las escuelas, así como por un sistema económico socialista (Wrenn y Collins, 2012).

Aunque fue el anarquista francés miembro notable de la Primera Internacional Socialista, Élisée Reclus fue quizá el primer teórico revolucionario que abogó por la *liberación animal* radical y quien podría considerarse el primer vegano moderno, al ser él quien en muchos sentidos inspiró el movimiento posterior llamado *anarcoveganismo*, el cual conecta la lucha por la liberación animal directamente con la liberación humana así como los principios económicos de autogestión, apoyo mutuo, solidaridad, mutualismo y

cooperativismo que son compartidos entre ambas la Economía Social y Solidaria y el anarquismo comunista clásico como postura socioeconómica (Portal Liberatrio, 2012). Élisée Reclus abogaba por una abolición total de la explotación de los animales no humanos incluso comparando equiparablemente el sufrimiento humano con el sufrimiento de los animales no humanos:

> "¿Hay acaso una diferencia tan grande entre el cadáver de un buey y el de un hombre? Los miembros descuartizados, las entrañas mezcladas del uno y del otro se parecen mucho: la matanza del primero facilita el asesinato del segundo, sobre todo cuando resuena la orden del jefe y que se oyen de lejos las palabras del señor soberano coronado: "¡Sed implacable…!".
>
> No es una digresión el mencionar los horrores de la guerra a propósito de las hecatombes de animales y de los banquetes para los carnívoros. El régimen de alimentación corresponde del todo a las costumbres de los individuos." (Reclus, 1901)

Incluso Reclus abogaba comúnmente a una *solidaridad interespecie* y a que, según Reclus, existen mayores similitudes que diferencias entre seres humanos y las demás especies animales:

> "Para la gran mayoría de los vegetarianos, la cuestión no es saber que su músculo es más sólido que el de los carnívoros, ni tampoco que su organismo presenta mayor cúmulo de resistencia contra los choques de la vida y los peligros de la muerte, lo que no deja de ser muy importante: para ellos se trata de reconocer la *solidaridad* de afección y de bondad que une el hombre al animal; se trata de extender a nuestros así llamados hermanos inferiores el sentimiento que en la especie humana ha puesto ya fin al canibalismo." (Reclus, 1901)

El movimiento por los derechos animales contemporáneo tiene sus orígenes en gran parte al llamado *Grupo Oxford* durante los inicios de la década de 1970. Este grupo conformado por graduados de la escuela de filosofía de Oxford. El grupo fue creado por Rosalind y Stanley Godlovitch, de doctorado de filosofía que se habían convertido al veganismo. John Harris y David Wood, también graduados de filosofía, se convencieron en volverse vegetarianos gracias a los argumentos morales y filosóficos de los Godlovitch. El

grupo comenzaron a plantear el tema de forma activa en foros de filosofía moral de Oxford, así como organizar conferencias. Su enfoque no se basó en el sentimentalismo o en una bondad hacia los “animales brutos”, sino seriamente en los derechos morales de los animales. Pronto desarrollaron serie de argumentos filosóficos y morales, por lo que el psicólogo clínico de Oxford Richard Ryder describió estos acontecimientos con la frase: "rara vez una causa ha sido tan racionalmente argumentada y tan intelectualmente bien armada” (Ryder, 2000). Las actividades del grupo de filósofos culminaron con la publicación del libro que compilaba ensayos de los diferentes miembros “Animales, hombres y moral: una investigación sobre el maltrato a los no humanos” (1972).

Al mismo tiempo y durante los 1980 se gesta el llamado *anarcoveganismo,* el cual plantea el tema de *liberación animal* desde una perspectiva más radical. Este movimiento ideológico y práctico busca crear una síntesis política del veganismo y el anarquismo, creando una *praxis* combinada como un medio para la revolución social (Dominick, 2008). Esto incluye ver el estado y al capitalismo como innecesario y perjudicial para los animales, tanto humanos como no humanos, mientras se practica un estilo de vida vegano. Los *veganarquistas* o ven la ideología como una teoría combinada, o perciben que ambas filosofías son esencialmente las mismas. Como en diferentes corrientes anarquistas el *veganarquismo* hace uso la acción directa como componente práctico de la ideología. Esta va desde la liberación de animales de granja, destrucción de propiedad privada, boicot y demás acciones radicales, hasta la creación de organizaciones colectivas y cooperativas bajo los principios anarquistas de apoyo mutuo y autogestión (los cuales se comparten con la economía social y solidaria) (Dominick, 2008). La rama del *anarcoveganismo* fue impulso para colectivos solidarios como “Comida no bombas” el cual se dedica a recaudar comida en buen estado, destinada al desperdicio o la basura para preparar alimentos veganos y repartirlos en zonas marginadas o a personas sin hogar (Butler y Henry, 1996).

Existe también el llamado *veganismo interseccional* el cual tiene como propósito mostrar que tanto el veganismo como otras luchas, como el feminismo y la lucha racial están interconectadas. Que las opresiones que viven diferentes grupos humanos por su raza, sexo, clase, religión y condición están también conectadas con una hegemonía e ideología de opresión que explota y mercantiliza a las demás especies animales y los ecosistemas. Por lo tanto, la *interseccionalidad* es un llamado tanto a los miembros del movimiento vegano como a las personas que luchan por diferentes causas sociales no dejen de lado ni la opresión humana, ni la opresión de otras especies, sino que se vean como una sola lucha, una contra toda ideología de dominación (Vegan Feminist Network, 2018). A continuación se analizarán algunas propuestas y prácticas de *veganismo interseccional*.

Carol J. Adams es una de las teóricas más nombradas sobre *interseccionalidad* feminista y vegana. En sus publicaciones “La política sexual de la carne” (1990) y “La pornografía de la carne” (2004), expone en las relaciones de opresión entre las mujeres y de animales no humanos. Adams argumenta que los valores de la hegemonía patriarcal y el consumo productos de origen animal, en especial de carne de cadáveres están relacionados por con los valores que enaltecen la *masculinidad*. Para conectar ambas reflexiones Adams teoriza el concepto de *referente ausente* (1990). El *referente ausente* es el mecanismo que se utiliza para es mantener nuestra "carne" separada de la idea de que ella proviene de un individuo consciente que sufrió y murió, es desconectarse cognitivamente del hecho de que esa carne era un alguien (un ser) y no algo (un objeto). El *referente ausente*, según Adams (1990), funciona de igual manera que la explotación hacia la mujer y otros grupos oprimidos. Nuestra cultura patriarcal cosifica a la mujer, convirtiéndola en un objeto sexual de consumo, reduciéndola a un *algo* en vez de *alguien*. Adams expone como la opresión requiere violencia y que violencia normalmente implica tres cosas: *cosificación*, o que individuo sea considerado un objeto en vez un individuo; *fragmentación*, las partes separadas del individuo

pasan a ser considerados objetos de consumo (pierna, pecho, vagina); y finalmente consumo, tanto consumo de los animales no humanos y consumo de la mujer fragmentada a través de la pornografía, la violación, la trata y prostitución, así como la opresión de la mujer en el hogar como entes al servicio al hombre, sin ser este considerado un *trabajo* que genera valor o que debe de percibir un *salario;* así como las vacas ni los caballos reciben un salario por dar leche o funcionar como transporte y arado (Adams, 2004).

Otro ejemplo de *veganismo interseccional* es el *movimiento vegano negro* o *veganismo afrodescendiente*, quienes se consideran "uno de los movimientos más diversos, decoloniales, complejos y creativos" y que "hacen un trabajo extraordinario para desmantelar el estereotipo de que el veganismo es cosa de *personas blancas*." (Black Vegans Rock, 2019). La Sociedad Afro-vegana menciona que el vegansimo es una "progresión para los negros que viven en una sociedad de supremacía blanca" justificándolo con la siguiente reflexión:

> "[Los afrodescendientes] Como grupo un de personas que históricamente han sufrido bajo la carga de la opresión estructural, es lógico pensar que tendríamos una aversión a los sistemas opresivos de cualquier tipo y empatía por las víctimas de esos sistemas. Dado que el veganismo es un estilo de vida que rechaza uno de los sistemas más violentamente opresivos del planeta -la mercantilización y explotación de los cuerpos de los animales – tiene por lo tanto sentido que las personas negras adopten este estilo de vida y tengan la voluntad de no participar en un sistema tan descaradamente violento y explotador." (Afro-Vegan Society, 2019)

Inclusive el veganismo afrodescendiente rescata la idea de la objetivización y mercantilización de individuos como causante de la opresión sistematizada, similar las observaciones hechas por Carol Adams y el feminismo vegano:

> "La animalización de los negros se ha utilizado para perpetuar el mito de los negros *salvajes* e *incivilizados* para justificar las atrocidades cometidas contra nosotros. No es de extrañar que tantas personas negras hayan optado por rechazar un estilo de vida que se centre en los mismos animales que se han utilizado para degradarnos y devaluarnos; El veganismo ha sido una herramienta moral,

> espiritual, física y de liberación radical para muchas personas de color durante muchos años." (Afro-Vegan Society, 2019).

Incluso el movimiento Afro-Vegano menciona, para desmantelar la percepción de que el vegansimo es un movimiento blanco y privilegiado, que el veganismo como posición ética tiene sus orígenes en África y Asia y no en filósofos de occidente ni en la época contemporánea: "Se cree que el primer vegano conocido fue el poeta árabe Al-Ma'arri (973-1057AD) quien argumentó que, si los humanos merecen justicia, los animales también." (Afro-Vegan Society, 2019).

Como se puede observar en lo expuesto anteriormente, el movimiento vegano y la preocupación por la libertad y bienestar de otras especies animales ha estado comúnmente interconectado con la lucha por la libertad humana, medio ambiental y el anticapitalismo. Sin embargo, no existe aún un desarrollo teórico ni práctico amplio que conecte a la Economía Social y Solidaria con el movimiento vegano, a pesar de que, como se mostrará más adelante, ambas tienen muchos puntos en común. Por lo tanto, construir empresas de Economía Social y Solidaria veganas puede beneficiar de forma sustancial el desarrollo e impulso de ambas.

Para ligar la Economía Social y Solidaria con el veganismo es relevante recuperar el concepto de *consumo solidario* planteado por Euclides Mance (2006) como parte esencial para el desarrollo de *redes solidarias* de Economía Social y Solidaria:

> "El consumo es la última etapa de un proceso productivo y las decisiones sobre el consumo -que toman los individuos en particular y la sociedad como un todo- pueden influir tanto en la generación o el mantenimiento de puestos productivos en una sociedad, en la preservación de ecosistemas, en el reciclaje de materiales, en el combate a la contaminación, en la promoción del bienestar colectivo de la población de su comunidad de su país y el planeta; pero también pueden generar desempleo, colaborar en la extinción de especies vegetales y animales, en la producción cada vez mayor de basura no biodegradable, en el aumento de la contaminación y el deterioro de la calidad de vida de la población de su comunidad, de su país y del planeta como un todo" (Mance, 2006).

Por lo tanto, si se analizan los efectos que tiene la industria de productos de origen animal en los ecosistemas, en la comunidad, en los trabajadores y en el deterioro del planeta "como un todo" podemos observar en cómo esta industria produce considerables efectos negativos, los cuales se expondrán en cuatro puntos:

1) Efectos medioambientales de la industria de productos de origen animal.
2) Producción de origen animal, pobreza y desigualdad socioeconómica.
3) Condiciones de los trabajadores de la industria ganadera.
4) Industria de la carne y sufrimiento de animales no humanos.

En cuanto a los *efectos medioambientales del consumo de productos de origen animal*, según un estudio titulado "Reducir los impactos ambientales de los alimentos a través de productores y los consumidores" (2018) publicado en la revista "Science" y realizado por Joseph Poore, zoólogo, geógrafo y científico medioambiental por la Universidad de Oxford; y Thomas Nemecek, agro-ecólogo e investigador del medioambiente por parte de LCA Research Group en Suiza se observó que: (Poore y Nemecek, 2018)

1) 83% de la tierra arable está destinada a la industria ganadera.
2) La ganadería sólo aporta 18% del total de las calorías de la alimentación de los seres humanos y solo el 37% de la proteína. 82% de las calorías que consumen los humanos y el 63% de la proteína, por lo tanto, proviene de un origen vegetal.
3) La industria ganadera es responsable del 58% de la emisión de gases efecto invernadero y generadoras del cambio climático.
4) La industria ganadera es responsable de 57% de la contaminación de agua en el planeta y 56% de la contaminación del aire.
5) La industria ganadera utiliza el 33% de todas las reservas de agua potable del planeta.

Es por esto por lo que los autores concluyen que:

> "Una dieta vegana es probablemente la forma más efectiva de reducir su impacto en el planeta Tierra, no sólo los gases de efecto invernadero, sino la acidificación global, la eutrofización, el uso de la tierra y el uso del agua" … "Es mucho más efectiva que reducir sus vuelos o comprar un automóvil eléctrico." (Poore y Nemecek, 2018)

Otros estudios e instituciones corroboran esta información. Por ejemplo, la ONU menciona que:

> "El sector ganadero genera más gases de efecto invernadero que el sector del transporte. También es una de las principales causas de la degradación del suelo y de los recursos hídricos." (FAO, 2006)
>
> "El ganado es uno de los principales responsables de los graves problemas medioambientales de hoy en día. Se requiere una acción urgente para hacer frente a esta situación." (FAO, 2006)

En cuanto a los *efectos de la producción de la industria de origen animal* en la desigualdad y pobreza, Jeremy Rifkin, economista de la Escuela Wharton de Finanzas y Comercio de la Universidad de Pensilvania y licenciado en relaciones internacionales por la *Fletcher School of Law and Diplomacy*, profesor de la Escuela Wharton de Finanzas y Comercio y presidente de la *Foundation on Economic Trends*, con sede en Washington, muestra en su libro titulado "La Tercera Revolución Industrial" (2012) que una hectárea de tierra puede alimentar a cincuenta vegetarianos o dos personas que consumen carne; producir un kilogramo de carne requiere la misma cantidad de tierra que producir 200 kilogramos de jitomate, o 160 kilogramos de papa, o 80 kilogramos de manzana. Asimismo, otra estimación hecha por el economista francés Bruno Parmentier, especialista en agricultura y ex director de la Escuela Superior de Agricultura de Angers, apunta que una hectárea de tierra fértil puede alimentar sanamente a 30 personas con vegetales, frutas y granos, mientras la misma hectárea si es destinada a producir leche, huevo o carne puede alimentar a solamente 10 personas (Parmentier, 2013).

De la misma manera, otros estudios muestran que el consumo de carne es un privilegio para la población de mayores recursos económicos, pero un coste para los países y personas de menores recursos dada la gran diferencia de utilización de tierra para producir la

misma, por lo tanto, el consumo de carne es generador de desigualdad socioeconómica. Un estudio publicado en 2007 en la revista médica británica "The Lancet" titulado "Food, livestock production, energy, climate change, and health" (Comida, producción de ganado, energía, cambio climático y salud) menciona que:

> "Una persona francesa consume en promedio 85 kilogramos de carne al año y un norteamericano come 120 kilogramos de carne, mientras una persona de India consume 2.5 de kilogramos de carne al año. En promedio, los países con mayores recursos económicos comen hasta 10 veces más carne que los países de menores recursos económicos." (McMichael, Powels, Butler y Uauy, 2007).

La alimentación de ganado consume 775 millones de toneladas de granos al año. según los cálculos del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, las calorías que se pierden al alimentar a los animales con granos o cereales, en lugar de utilizarlos directamente como alimento humano, podrían alimentar a más de 3.500 millones de personas (Global Agriculture, 2019). Durante los últimos 30 años la producción de carne se ha incrementado exponencialmente al mismo tiempo que la cantidad de personas mal alimentadas se ha duplicado. Según la FAO y la institución francesa *Action Contre la Faim* (Acción Contra el Hambre), más de 900 millones de personas sufren actualmente de malnutrición, un infante muere cada seis segundos por falta de alimento al mismo tiempo que hoy producimos suficientes calorías y proteína para alimentar al mundo entero (FAO y Action Contre la Faim, 2017), aunque gran que se destina a producir carne para países y personas privilegiadas. Un par de ejemplos de esto son el caso de Etiopía durante la hambruna de 1985 y Sudán en1989. Mientras la población de Etiopía sufría de hambre el país exportaba granos para alimentar ganado del Reino Unido; y pesar de la continua amenaza de hambruna en 1989, Sudán vendió 400,000 toneladas de sorgo a la Comunidad Europea para la alimentación animal. (Ricard, 2014).

Con respecto a la industria de la alimentación a base de animales la socióloga y zootécnica francesa, directora de investigación del Instituto Nacional de Investigación Agrícola de Francia comenta que, en términos económicos:

> "Los sistemas industriales de producción animal tienen como única meta el lucro. No tienen otra vocación. Su objetivo principal no es "alimentar al mundo"; contrario a lo que a muchos criadores de animales les gustaría creer. Todos sabemos muy bien que, cuando la cadena industrial empuja a nuestros hijos, por medio de la publicidad a comer una salchicha…su interés en hacerlo no tiene nada que ver con los 900 millones de personas malnutridas en este mundo. Obviamente el interés de las cadenas industriales es el balance financiero final." (Porcher, 2004)

Ahora bien, respecto a las *condiciones laborales de los trabajadores en la industria ganadera* se podría argumentar que la industria de la carne es un sector que genera empleo e ingresos para una cantidad considerable de personas en el mundo. Actualmente la industria de la carne emplea a más de 500,000 personas en los Estados Unidos solamente (Kandel, 2017). Sin embargo, analizando las condiciones de empleo de estas personas se ha observado que los trabajadores de mataderos y procesamiento de carnes son predominantemente personas de color o migrantes que viven en comunidades de bajos ingresos. Históricamente, un porcentaje significativo de la fuerza de trabajo de los mataderos ha sido afroamericana. En los últimos años, se ha visto un incremento de trabajadores latinoamericanos en todos los Estados Unidos de Norte América. En la actualidad, aproximadamente el 38% de los trabajadores de mataderos y procesadores de carne nacieron fuera de los EE. UU. y una cantidad considerable de ellos es indocumentada (Kandel, 2017).

Las largas horas de trabajo y movimientos repetitivos generan un mayor riesgo de lesiones. Los trabajadores sufren dolores y lesiones crónicas en las manos, muñecas, brazos, hombros y espalda. (Human Rights Watch, 2004). Según un empleado: "La última hora de un turno regular es difícil. Estás cansado y es difícil concentrarte. Luego te dicen que trabajes dos horas extra. Ahí es cuando se vuelve francamente peligroso" (Human Rights Watch,

2004). Un reporte reciente del *Bureau Of Investigative Journalism* del Reino Unido encontró que en la industria de la carne estadounidense:

> "Las amputaciones ocurren en promedio dos veces por semana, según los datos. Hubo 270 incidentes en un período de 31 meses que abarca desde 2015 hasta 2017, según las cifras de OSHA. La mayoría de los incidentes involucraron la amputación de dedos o puntas de los dedos, pero también hay grabaciones de manos, brazos o dedos de los pies perdidos. Durante el período hubo un total de 550 lesiones graves que cubren 22 de los 50 estados, por lo que el verdadero total para los EE. UU. Sería sustancialmente mayor."
>
> "Los trabajadores la industria cárnica de EE. UU. tienen tres veces más probabilidades de sufrir lesiones graves que el trabajador estadounidense promedio, y algunos temen que los planes para eliminar las restricciones de velocidad en las líneas de procesamiento de cerdos, que actualmente está siendo debatido por el gobierno, solo dificulten el trabajo." (Wasley, A., Cook, C., y Jones, N, 2018).

Además, se ha mostrado que el trabajo en mataderos está relacionado con una variedad de trastornos psicológicos, incluidos el TEPT (trastorno de estrés post traumático) y el menos conocido (estrés traumático inducido por la perpetración PITS por sus siglas en inglés. También con un aumento en las tasas de delincuencia, incluidos los incidentes más altos de abuso doméstico, así como el abuso de alcohol y drogas (Richards, Taylor y Signal, 2013). Otro estudio similar realizado en Sudáfrica concluye similarmente que:

> "Las consecuencias de trabajar en un matadero parecen extenderse no sólo al individuo sino también a sus familias y a la comunidad en general, lo que resulta en violencia doméstica y de otro tipo y relaciones interpersonales deficientes. Los asesinos se enfrentan al miedo al rechazo social a veces retirándose emocionalmente o actuando." (Victor y Barnard, 2016)

Además, estas condiciones deplorables de trabajo son difíciles de superar ya que como indica el reporte sobre condiciones de trabajo de los empleados de mataderos y procesamiento de carne del Human Rights Watch titulado "Sangre, Sudor y miedo" (2004):

> "La industria cárnica y avícola está llena de prácticas laborales injustas. Los trabajadores corren el riesgo de perder sus empleos cuando ejercen sus derechos a organizarse y negociar colectivamente con la intención de mejorar sus condiciones laborales. Muchos trabajadores que intentan formar sindicatos

> son hostigados, presionados, amenazados, suspendidos, despedidos, deportados o maltratados de otro modo."

Lo que se puede concluir de lo mencionado anteriormente es que las personas que trabajan en los mataderos sufren de una aguda explotación laboral y que dadas sus condiciones socioeconómicas y pobreza se ven forzados a tomar estos trabajos peligrosos, mal remunerados y abusivos, los cuales les generan secuelas físicas y psicológicas crónicas. Esto indica que este tipo de trabajo no tiene las características de ser un trabajo voluntario sino un trabajo que se toma por necesidad, no por deseo o elección, sino más bien se ven obligados a matar para vivir y satisfacer un mercado que beneficia a los países y personas más privilegiadas en este planeta, como se mostró en apartados anteriores.

Finalmente, si se examina el *daño causado a los demás animales* en la industria de productos de origen animal es allí donde probablemente se encuentra el mayor perjuicio. Según datos recaudados del la FAO y compilados por la organización "Faunalytics" se ha encontrado que, cada año se matan aproximadamente 70 mil millones de animales al año para el consumo humano. Esto significa que se sacrifican casi 10 veces más animales en un año que la población entera de seres humanos sobre el planeta (Faunalytics, 2018).

La "Sociedad Americana para la Prevención de la Crueldad Hacia Los Animales" (ASPCA, por sus siglas en inglés) ha realizado un compilado riguroso de casos de crueldad hacia los animales de granja. Algunas de las cosas que se han observado incluyen, *hacinamiento*:

> "Casi todos los pollos de carne se crían en interiores en grandes cobertizos que contienen 20,000 pollos o más. Los pollos viven abarrotados en el piso del cobertizo. Debido a que viven en sus propios residuos, los niveles altos de amoníaco irritan y queman sus ojos, gargantas y piel." (ASPCA, 2019).

Confinamiento e inseminación forzada:

> "La mayoría de las cerdas reproductoras en los Estados Unidos pasan su vida reproductiva confinada a una jaula de gestación. Estas cajas son apenas más grandes que el cuerpo de la cerda y le impiden dar la vuelta. Las cerdas son inseminadas artificialmente y se mantienen en sus puestos de gestación hasta unos pocos días antes del nacimiento; en ese momento se les traslada a casetas de partos igualmente restrictivas para dar a luz. Permanecen allí mientras amamantan a sus crías, y luego se colocan de nuevo en sus cajas de gestación y se reinseminan. Este ciclo continúa durante varios años, hasta que las cerdas ya no son tan productivas y se envían a la matanza." (ASPCA, 2019)

Deterioro y explotación:

> "Si bien las operaciones lecheras a gran escala suelen estar separadas de las operaciones de ganado de carne, estas industrias están conectadas. Las vacas lecheras usualmente llegan a su fin en los mataderos de carne cuando, con solo dos o cinco años de edad, cuando su producción de leche ha disminuido o están demasiado lisiadas o enfermas para continuar en la industria. En ese momento, son sacrificadas." (ASPCA, 2019)

Segregación y separación familiar:

> "A una edad en la que normalmente serían criados y protegidos por su madre, los terneros a menudo se ven obligados a vivir solos sin contacto físico con otros bovinos. Y mientras que los terneros normalmente exploran su mundo pastando, jugando y socializando, los terneros criados en fábricas generalmente se mantienen en el interior con pocos o ningún enriquecimiento ambiental." (ASPCA, 2019)

Otros estudios han reportado casos más extremos de *violencia* y *crueldad* en la industria de la carne, dentro de los que se observan casos de mutilación mientras los animales están conscientes, golpizas y tortura eléctrica, animales hervidos vivos, becerros y corderos matados a patadas y golpes; cerdos bebés azotados contra el piso de concreto frente a sus madres, violación y mutilación sexual de hembras no humanas, pollos recién salidos del huevo en bandas automáticas que los lleva a una trituradora; torturas por diversión que incluyen humillación, golpizas constantes hasta la muerte, pollos y gallinas pisoteadas y ahorcadas, animales torturados por ahogo, quemados con cigarros y fierros al rojo vivo y

cegados con armas punzocortantes por mencionar solo algunos ejemplos expuestos en evidencia audiovisual (Kinder World, 2019).

Al ser seres condicionados a la mercantilización de sus cuerpos y cadáveres, puede ser difícil reconocer que los animales no humanos no son objetos ni mercancía, sino individuos con una vida consciente propia y subjetiva, capaces de sufrir con una rica vida social y comunitaria, así como emociones e inteligencia compleja. En julio del 2012, Durante la *Francis Crick Memorial Conference*, en la Universidad de Cambridge del Reino Unido neurocientíficos y biólogos de instituciones como Caltech, el MIT o el Instituto Max Planck y en presencia del científico Stephen Hawking, firmaron la llamada "Declaración de Cambridge sobre la Conciencia", donde se afirma el consenso neurobiológico sobre la existencia de *conciencia* en diversos animales no humanos:

> "De la ausencia de neocórtex no parece concluirse que un organismo no experimente estados afectivos. Las evidencias convergentes indican que los animales no humanos tienen los sustratos neuroanatómicos, neuroquímicos, y neurofisiológicos de los estados de la conciencia junto con la capacidad de exhibir conductas intencionales. Consecuentemente, el grueso de la evidencia indica que los humanos no somos los únicos en poseer la base neurológica que da lugar a la conciencia. Los animales no humanos, incluyendo a todos los mamíferos y pájaros, y otras muchas criaturas, incluyendo a los pulpos, también poseen estos sustratos neurológicos." (Declaración de Cambridge sobre la Conciencia, 2012).

De la misma forma, otros estudios han mostrado que los demás animales poseen cualidades que no divergen de las que se encuentran en el homo sapiens, algunos ejemplos muestran que:

1) "El ganado vacuno forma amistades cercanas y elige pasar gran parte de su tiempo con 2-4 individuos. También guardan rencor durante años y pueden disgustar a individuos particulares."
2) "Los cerdos son tan inteligentes o más inteligentes que la mayoría de los perros. Son una de las pocas especies que los estadounidenses consideran adecuadas tanto para el cuidado como mascotas como para la crianza de alimentos."

3) “En ambientes naturales, alrededor de 24 horas antes del parto, las cerdas preñadas abandonarán su grupo social para recolectar ramas y materiales blandos para construir un nido. La madre permanecerá aislada en su nido con sus recién nacidos durante la primera semana, lo que le permitirá desarrollar un fuerte vínculo con sus lechones.” (ASPCA, 2019)

Con base en lo expuesto anteriormente se puede concluir que los productos de la industria de la carne y ganadera –los cuales hoy solo beneficia a un sector socioeconómico privilegiado de la población humana– generan una serie de efectos negativos que afectan tanto a los animales no humanos como a los trabajadores de la industria y contribuye a la destrucción de los ecosistemas y degradación del medio ambiente en una manera significativa.

Además, si mencionamos el hecho de que una dieta libre de estos productos es no sólo viable sino hasta sana y accesible para los seres humanos, como concluye la Asociación Dietética Norteamericana podemos concluir que la producción de mercancía de origen animal no es una necesidad nutricional humana:

> “La postura de la Asociación Americana de Dietética y de la Asociación de Dietistas del Canadá es que las dietas vegetarianas adecuadamente planificadas son saludables, nutricionalmente adecuadas, y proporcionan beneficios para la salud en la prevención y el tratamiento de determinadas enfermedades.” (Asociación Americana de Dietética y de la Asociación de Dietistas de Canadá, 2009)

Por lo tanto, consumir productos veganos o que no contienen ingredientes de origen animal permite que empresas abusivas con los trabajadores y los animales y destructivas del medio ambiente no *realicen el valor* de su mercancía en el mercado. Si se lleva más allá y se promueven empresas veganas de Economía Social y Solidaria se estaría promoviendo un *consumo solidario* preocupado por el bienestar humano, del planeta, de los ecosistemas y, por lo tanto, de la comunidad bajo los principios expuestos por Mance. Es por esto que el tanto la Economía Social y Solidaria en conjunto con la promoción del veganismo puede contribuir a la construcción de un futuro postcapitalista solidario y sustentable.

2.3. Algunas experiencias de cooperativas de consumo de productos veganos en el mundo. Elementos en común, límites y potencialidades

En esta sección se expondrán y analizarán algunos proyectos de cooperativas o empresas de Economía Social y Solidaria veganas para registrar su experiencia, sus retos, fortalezas y potencialidades, además de documentar y exponer opinión en torno a la conexión entre veganismo, cooperativismo y Economía Social y solidaria según su experiencia. Para ello se realizó un cuestionario de 15 preguntas (Anexo 1) el cual se enfocó en investigar la historia y origen del proyecto, sus retos y potencialidades, así como la razón específica por la cual decidieron comenzar una empresa de Economía Social y Solidaria con un enfoque vegano, además de indagar sobre el porqué consideran que tanto la Economía Social y Solidaria como el veganismo, pueden ir de la mano.

a) Essential Trading

Essential Trading es una cooperativa de consumo centralizada en Bristol, Reino Unido. Hoy ofrecen servicios desde la venta al por mayor, menudeo, producción y exportación mundial de alimentos vegetarianos, organización de festivales y apoyo para fundar y organizar clubes y grupos de compra con conciencia de consumo cooperativo. Se fundó en 1971 y casi 50 años después, ninguno de los fundadores es actualmente miembros de la compañía. Pero para los miembros actuales de la cooperativa resulta muy evidente lo que los miembros originales querían lograr: proporcionar alternativas vegetarianas/veganas de alta calidad en un mercado donde no existían. Por ejemplo, abastecer arroz integral, que antes no estaba disponible fue uno de nuestros primeros retos.

La *Essential Trading Co-operative* es el resultado de la fusión de cooperativas mayoristas veganas que operaron durante los setenta: Harverst, en Bath, y Nova, en Bristol. Ambas fueron pioneras del mercado de alimentos integrales, con un ethos y aspiraciones similares. Los miembros actuales identifican que los derechos de los animales, la

preocupación por temas ecológicos y el apoyo de las alternativas sustentables y holísticas versus las opciones normales de cadenas de explotación tuvieron una parte importante en la consolidación de la cooperativa.

En cuanto al panorama económico global los miembros de *Essential* piensan que "vivimos en tiempos difíciles pero fascinantes". Comentan que la industria alimentaria convencional ha estado enfocada en lucrar a cualquier costo, y solamente a algunas marcas les importaba de verdad la calidad y salubridad de sus productos. Ahora, el crecimiento del nicho de mercado que demanda productos éticos (de comercio justo, veganos, orgánicos, sin plástico, sin aceite de palma, etc.) ha crecido exponencialmente. Este movimiento no sólo nos está beneficiando a la cooperativa, sino que también las grandes compañías de la industria alimentaria intentan también a toda costa "subirse al tren" de esta tendencia de mercado.

Los miembros opinan que es positivo que productos vegetarianos, veganos y orgánicos sean cada vez más comunes en los supermercados de las grandes cadenas, pero creen que eso implica también riesgos en la calidad de los productos, y una amenaza para los distribuidores más pequeños, por eso ellos han decidido sólo proveer al sector comercial independiente.

Los miembros de *Essential* opinan que, aunque el veganismo y el cooperativismo no necesitan operar juntos, "son excelente compañía el uno del otro, porque tanto el cooperativismo como el veganismo comparten la empatía con otros seres vivos, la preocupación por el medio ambiente, por la comunidad y tienen un claro respeto por los otros, además de que intentan evitar el egoísmo tradicional del liberalismo o capitalismo."

La cooperativa mantiene contacto constante con otras cooperativas y negocios de Economía Social y piensan que en general hacen lo mejor posible para encontrar el balance entre el negocio y la justicia social y medioambiental. Por esto Nunca ponen el lucro por

encima del bienestar social o la atención al medio ambiente, y por lo regular apoyan proyectos con enfoque social y medioambiental de forma local y nacional.

No creen que el veganismo tenga que ver con proteger el medio ambiente, ni con asuntos sociales. Hay muchos alimentos veganos que no son muy nutritivos o que son dañinos para el medio ambiente. Sin embargo, si esos alimentos veganos son surtidos por productores y distribuidores éticos, entonces si se está hablando de productos veganos de calidad que serán nutritivos y tendrán un compromiso con beneficiar al medio ambiente.

La cooperativa identifica la conexión entre la industria ganadera y sus repercusiones en el ecosistema del planeta, para ellos es obvio que una dieta ética y compasiva puede ayudar a mitigar los efectos negativos del consumo de productos de origen animal.

Como fortaleza del proyecto *Essential Trading* menciona que es una de las cooperativas de trabajadores más grandes en el Reino Unido, y orgullosa pionera del mercado de alimentos integrales. Ellos dicen haber estado allí antes de que el mercado vegano existiera, y que su marca es "sinónimo de productos de consumo ético de alta calidad." Que hoy se refleja en miles de consumidores leales.

Los retos que han tenido que librar es que aún después de 40 años todavía piensan que están aprendiendo a convertirse en una cooperativa de trabajadores eficiente, y han tenido algunos problemas con el mercado en línea.

Como oportunidades identifican que, si son capaces de mejorar su eficiencia y superar los obstáculos para entrar en el mercado digital, su experiencia y credibilidad debería ser suficiente para establecer una participación sólida en el mercado.

Al hablar de las amenazas que observan comentan que: "Nuestras amenazas son más bien internas y tienen que ver con la eficiencia, la perseverancia de nuestros clientes (tiendas y comercios independientes) y nuestra habilidad para adaptarnos a los tiempos que corren."

Por otro lado, mencionan que *El Brexit* ha sido problemático, ya que una buena parte de sus proveedores son europeos. También la "intromisión" de las grandes corporaciones de alimentos en el sector de alimentos integrales en un gran reto y amenaza.

Sobre cooperativismo y Economía Social y Solidaria los miembros comentan que las cooperativas han estado floreciendo en el Reino Unido porque "son la respuesta a muchas inquietudes: cómo hacer negocios sin destruir el planeta, el respeto de los derechos de los trabajadores y proveer empleos no alienantes." Los mayores retos vienen en el cómo volverse organizaciones efectivas capaces de ofrecer a sus trabajadores empleos bien remunerados sin perder sus valores.

La mejor forma de impulsar una mejor Economía Social y Solidaria es probar, actualmente y para las futuras generaciones, que las cooperativas y compañías de Economía Social son organizaciones excelentes donde es posible conseguir empleos éticos y relevantes y también rentables.

Tabla 1

Sistematización de experiencias de: Cooperativas de consumo y Empresas de ESS de productos veganos.
Nombre de la Organización: *Essential Trading*
Aspecto de la experiencia a sistematizar: veganismo, cooperativa de consumo, consumo solidario, oposición a la explotación animal, ecología.
Periodo a sistematizar: abril 2019
Espacio de influencia: Reino Unido Cantidad de miembros:

Criterios generales	Cumple	No cumple
1. Sus miembros realizan consumos *solidarios.*	X	
2. Es cooperativa	X	
3. Es de cooperativa de consumo	X	
4. Además del consumo, tiene otras actividades en relación con la esfera de la producción.	X	
5. Promueve una alimentación vegana	X	
6. Promueve la conciencia medioambiental	X	
7. Promueve el respeto a los demás animales	X	

Fuente: Elaboración personal con base en trabajo de campo 2019.

b) Unicorn Grocery

Unicorn Grocery es una cooperativa de consumo de productos veganos localizada en Manchester, Reino Unido. La cooperativa fue establecida en 1994 por un pequeño grupo de personas comprometidas con el cambio social, que tenían una visión del tipo de tienda que donde ellos mismos quisieran comprar. Un lugar donde se venden alimentos sanos y sabrosos, a precios accesibles. Una tienda que fuera propiedad, administrada y gestionada por sus miembros propietarios empujando una agenda social y ambiental compartida. La cooperativa se registró formalmente el 8 de agosto de 1995, pero encontró un escenario de escepticismo al intentar conseguir posibles fuentes de financiamiento muchos no estaban convencidos por la viabilidad del modelo minorista radical que estaban proponiendo (sin productos de origen animal y gestión horizontal). Conseguir el financiamiento por medios tradicionales como bancos, préstamos y demás fue hasta que la institución de financiamiento cooperativo, *Cooperative and Community Finance* junto con otros patrocinadores y amigos lograron invirtieron en la idea.

Los dos primeros años del proyecto fueron para el proyecto muy difíciles. Al principio sólo trabajaban dos socios en la empresa y contaban con pocos miembros que deseaban adquirir sus productos en la misma. Pero para el tercer año tanto el interés por formar parte del manejo de la empresa como la cantidad de consumidores y miembros de esta fueron creciendo y para los 5 años de operación ya alcanzaban ventas por un millón de libras esterlinas. 2004-5 vio un crecimiento del 50% en las ventas, mucho más allá de lo que habían presupuestado. En respuesta, la membresía se duplicó en dos años, llegando a 31 en 2005, y la estructura de gobierno y gestión se reorganizó para adaptarse al creciente número de miembros-propietarios, pero aun manteniendo intacta la gestión horizontal y cooperativa.

En esa misma época los dueños del local donde se encontraba la cooperativa decidieron poner la propiedad en venta. Esto presentaba un riesgo importante para el proyecto ya una parte importante de los miembros-propietarios lo era gracias a la localización y cercanía del punto de venta. Fue entonces que el grupo ideo un mecanismo de financiamiento innovador para poder adquirir el local. A través de bonos de préstamo de clientes y miembros (a los cuales se les devolvería en especie de productos de la misma tienda). Así lograron adquirir el inmueble lo cual aseguró aún más la estabilidad de la empresa. Los socios y clientes tenían ya un interés puntual en seguir comprando en la tienda y de procurar su rentabilidad. Esto logró, junto con una *resiliencia* característica de los proyectos cooperativos, que el mismo pudiera sobrevivir a la crisis económica global del 2008-2009, y esto, según los socios, más bien los fortaleció ya que durante esos años difíciles adquirir productos a un precio accesible se volvió una necesidad para la población y, por lo tanto, hacerse miembro de una cooperativa se volvió una solución viable a ese problema. La cooperativa, con el apoyo de los miembros y socios logró adquirir todo el lote donde se encontraba el local comercial (aproximadamente 3,000 metros cuadrados) lo cual permitió expandir la cooperativa de consumo a una cooperativa de producción de hortalizas a través

invernaderos que fueron construidos en el lote. Hoy, la cooperativa se auto provee de una cantidad considerable de sus productos frescos, un jardín que hoy alberga diferentes animales, mamíferos y aves que viven en libertad, colocaron 60 paneles fotovoltáicos, un granero y un sistema complejo de irrigación.

Los valores por los que se rige la cooperativa *Unicorn* son los siguientes:

i) *Empleo seguro*

Proporcionar un empleo seguro para sus miembros. Buscan sobre todo proporcionar un medio de vida para ellos mismos con libertad y control sobre nuestro entorno de trabajo.

ii) Igualdad de oportunidades

Creen que todos deben tener la misma oportunidad de realizar un trabajo remunerado. Sin ser la ignorancia y el prejuicio un obstáculo para esto. La capacidad de realizar un mínimo de 20 horas de trabajo útil por semana le da derecho a un trabajador a solicitar la membresía.

iii) Consumo entero y saludable

El objetivo del comercio es ofrecer alimentos sanos y artículos para el hogar de origen no animal con mínimo o nulo procesamiento. Las guías de productos específicos incluyen la evitar derivados de origen animal y, cuando sea posible, de azúcar refinada o altos niveles de sal agregada. Vender productos de calidad orgánica y con el valor nutricional máximo disponible en el mercado. La empresa impulsa la provisión de materiales educativos para promover una alimentación sana y entera.

iv) Comercio justo y sostenible

Comerciar de manera que genere un entorno y una economía mundial sostenible. Operan de preferencialmente con productos que promueven el *Comercio justo*, mantener comunicación directa con los clientes e informar sobre los problemas de la agricultura comercial. Reconocen que el comercio mundial pone en desventaja a las naciones más

pobres, generando consecuencias negativas para la salud y la vida de las personas. Operan un fondo para apoyar proyectos que abordan y desafían la desigualdad socioeconómica. El 4% de los costos salariales se aportan, voluntariamente a este fondo. También buscan comercializar productos que generan un impacto mínimo en el medio ambiente incluyendo la forma de envasarlos.

v) Solidaridad en la cooperación

Tienen como objetivo apoyar empresas afines, cooperativas o de otro tipo. Reconocen que tanto la competencia como la cooperación son fundamentales para la naturaleza humana. Fomentar la cooperación al operar un fondo para apoyar proyectos que comparten su visión de comunidad y sociedad en el Reino Unido. El 1% de sus costos salariales se aportan a este fondo. Proveer estructuras y el espíritu cooperativo a través de todas sus actividades comerciales, sociales y educativas.

Tabla 2

Sistematización de experiencias de: Cooperativas de consumo y Empresas de ESS de productos veganos.
Nombre de la Organización: *Unicorn Grocery*
Aspecto de la experiencia a sistematizar: veganismo, cooperativa de consumo, consumo solidario, alimentación consciente, trabajo digno, autogestión, ecología.
Periodo a sistematizar: abril 2019
Espacio de influencia: Reino Unido Cantidad de miembros: 70

Criterios generales	Cumple	No cumple
1. Sus miembros realizan consumos *solidarios.*	X	
2. Es cooperativa	X	
3. Es de cooperativa de consumo	X	
4. Además del consumo, tiene otras actividades en relación con la esfera de la producción.	X	
5. Promueve una alimentación vegana	X	
6. Promueve la conciencia medioambiental	X	
7. Promueve el respeto a los demás animales	X	

Fuente: Elaboración personal con base en trabajo de campo 2019.

c) Woke Foods: Alimentos Consientes

Woke Foods es una cooperativa de servicios de comida y justicia alimentaria enfocada en la innovación de alimentos veganos de origen dominicano y afrocaribeño. Ofrecen servicios de *catering*, clases de cocina y talleres sobre justicia alimentaria a comunidades y organizaciones.

La empresa fue formada en 2016 por Ysanet Batista quien, antes de comenzar el proyecto de *Woke Foods*, trabajaba en el sector filantrópico dedicado a cuestiones como el racismo y sistemas de opresión. Ysanet decidió formar la empresa al observar la conexión entre la comida, la salud y la raza, y cómo el sistema alimentario actual estaba afectando negativamente la salud de las personas comunidades de color. Comenzó a preparar y a ofrecer alimentos para abordar estos problemas enfocándose en productos alimenticios saludables y culturalmente relevantes a través de planificación de comidas y catering. El proyecto comenzó a tener relevancia en las zonas de Nueva York como *Washington Heights* y el Bronx, la necesidad de este trabajo se hizo cada vez más evidente. Más tarde con la

oportunidad de inscribirse en la academia cooperativa *Green Workers Cooperative Co-op Academy*, un programa de desarrollo que guía y ayuda a las personas de color a lanzar negocios cooperativos, Ysanet se acercó a socios comerciales potenciales para consolidar la empresa en una cooperativa de trabajadores, Merelis Catalina Ortiz y Claudia Mena Merelis todas con experiencia de trabajo en justicia alimentaria y prácticas tradicionales de comida dominicana se conectaron con Ysanet y comenzaron a trabajar en el proyecto de Woke Foods desde la academia cooperativa. En febrero del 2017, *Woke Foods* se graduó de la academia cooperativa y se formó como una empresa cooperativa verde y como parte de un movimiento que trabaja hacia la soberanía alimentaria (donde todas las personas ejercen el derecho de controlar sus propios sistemas alimentarios) construyendo una sólida economía social y local dentro del Bronx y el norte de Manhattan arraigada en la democracia y la justicia ambiental.

En 2018 *Woke Foods* consiguió un financiamiento importante por parte de uno de los fondos de impacto social, más importantes de los Estados Unidos: *The Working World* (The Working World, 2019). Este fondo se enfoca a financiar cooperativas y empresas propiedad de sus empleados y a promover una economía social no extractiva.

Hoy en día, Woke Foods: Alimentos conscientes es administrado por Ysanet Batista y 4 mujeres de color más. Han atendido eventos en organizaciones sin fines de lucro, organizaciones de base, conferencias de justicia social e incluso la bodas y fiestas familiares de la comunidad Recientemente, el Comité de Ciudadanos de Nueva York le otorgó una donación importante gracias a su trabajo comunitario y por ser el primer proyecto de comida vegana dominicana.

Woke Foods tiene como misión revolucionar las dietas al hacer que los alimentos a veganos y a base de plantas sean accesibles, irresistibles y arraigados en las tierras de nuestros antepasados. La empresa se describe a sí misma de la siguiente manera:

> "Somos una empresa de alimentos verdes sostenible y con conciencia social. Usamos los alimentos como una herramienta para aprovechar nuestro poder político y espiritual. Creamos poder económico y

> nos comprometemos con nuestra comunidad y con la Madre Tierra, el subministro de nuestros ingredientes viene de huertos y empresas locales de la comunidad de Nueva York, utilizando materiales amigables con la tierra, compostando nuestros desechos y funcionando como una cooperativa propiedad de nosotros los trabajadores." (Woke Foods, 2019)

Este proyecto es relevante, a pesar de no ser específicamente una cooperativa de consumo, dado que conecta el cooperativismo y la Economía Social y Solidaria, la justicia alimentaria, racial y socioeconómica con una alimentación vegana basada en plantas. El propósito de lograr hacer accesible una alimentación vegana basada en plantas, local, orgánica y sustentable a las comunidades de color y de bajos recursos en EUA desde un trabajo comunitario de base con la comunidad, así como ser un emprendimiento planeado, concebido y gestionado por 5 mujeres de color, lo que también conecta el proyecto con la justica de género.

Tabla 3

Sistematización de experiencias de: Cooperativas de consumo y Empresas de ESS de productos veganos.
Nombre de la Organización: *Woke Foods*: Alimentos conscientes
Aspecto de la experiencia a sistematizar: Justicia alimentaria, veganismo, justicia de género, justicia racial, cooperativismo.
Periodo a sistematizar: abril 2019
Espacio de influencia: Nueva York, EUA Cantidad de miembros: 5

Criterios generales	Cumple	No cumple
1. Sus miembros realizan consumos *solidarios.*	X	
2. Es cooperativa	X	
3. Es de cooperativa de consumo		X
4. Además del consumo, tiene otras actividades en relación con la esfera de la producción.	X	
5. Promueve una alimentación vegana	X	
6. Promueve la conciencia medioambiental	X	
7. Promueve el respeto a los demás animales	X	

Fuente: Elaboración personal con base en trabajo de campo 2019.

d) Cooperativa Ecovegana Zihuatanejo

La cooperativa *Ecovegana Zihuatanejo* es una organización sin fines de lucro que se sustenta con un pequeño restaurante de comida vegana: La Casita Ecovegana, ubicada en el centro de Zihuatanejo destino turístico mexicano.

El proyecto inicia en el 2012, con el impulso de dos personas, Maria Luisa Quintero y su hermana, con el propósito de organizar talleres de cocina vegana, difundir una alimentación más sana y consciente. Los talleres se realizaban en la casa de ambas hermanas de forma gratuita o con una cooperación voluntaria de 40 pesos para la adquisición de los ingredientes y más tarde para donar los ingresos a la Sociedad Protectora de Animales de Zihuatanejo (lo cual continúa hoy en día). La idea de no cobrar los talleres se planteó para cambiar la percepción elitista del veganismo que las hermanas percibían y así poderlo difundir lo más posible. Ya que para ambas el veganismo es un activismo, no una dieta o estilo de vida. En 2015 decidieron abrir un restaurante *La Casita Ecovegana*, el cual serviría como sustento para continuar los talleres y las actividades anteriores. Este proyecto se inició

con las dos hermanas, 2 cocineras y una mesera y se abrió en una propiedad que habían rentado para realizar los talleres. Anterior a la apertura del restaurante las hermanas Quintero habían decidido formalizar la Asociación Civil que ahora gestiona el restaurante y participaban recurrentemente en pláticas de nutrición en hoteles de la zona, en el Hospital General del IMSSS e ISSSTE así como en la Universidad de la Costa Grande, el Tecnológico de la Costa, en eventos de la Sociedad Protectora de Animales de Zihuatanejo, así como con el mercado *Eco Tianguis Sanka*, donde también promovían el trabajo digno, comercio justo y local. Fue en este mercado donde comenzaron a vender la comida vegana desde una postura de activismo, a precios justos y accesibles y encontraron que era una forma efectiva de conseguir recursos monetarios para continuar con sus actividades de activismo vegano. El restaurante se fundó con el propósito de producir cocina vegana saludable, con insumos locales de calidad y "precios sumamente accesibles para que cualquier persona pueda entrar, comer rico, saludable, nutritivo y a un precio muy bajo, así como conocer sobre veganismo como activismo.

Las hermanas consideran que el veganismo va de la mano con la Economía Social y Solidaria porque la alimentación basada en plantas puede ser barata, saludable nutritiva y sobre todo sustentable con el medio ambiente. La cooperativa tiene como imagen del proyecto a un trébol de tres hojas: "una hoja representa a las personas y a la comunidad, la segunda a los animales como individuos, la ética y la compasión y la tercera al planeta y el medio ambiente." Las tres hojas están conectadas por un tallo que sostiene a las tres hojas y representa que los tres aspectos son interdependientes, si uno se cae se caen todos.

La Cooperativa Ecovegana Zihuatanejo consideran que las empresas de Economía Social y Solidaria y el veganismo deben ir de la mano porque aseguran que el veganismo debe ser accesible y llegar a toda la sociedad,

> "pues están comprobados todos los beneficios a la salud (cuando es una alimentación consiente y saludable, existe el veganismo-chatarra), por otro lado, es económica y accesible para todas las

> familias. Por qué es bueno para los animales y el medio ambiente y finalmente está comprobado que el calentamiento global, la deforestación, la pesca industrial y demás actividades, se regularían de manera eficiente si la mayoría de la población cambiara en gran medida su alimentación y dejará de consumir carnes, lácteos, huevo y pescado."

Aunque legalmente la empresa está constituida como una cooperativa, no funciona estructuralmente como una, se procura que la empresa tenga una participación activa, una remuneración y trato justo a todos los colaboradores. La empresa provee información, aprendizaje, entrenamiento, apoyo psicológico, actividades recreativas, flexibilidad de horarios y demás. Algunos de los colaboradores anteriores ahora trabajan en hoteles ofreciendo menús veganos o han abierto sus propios restaurantes veganos gracias a la capacitación que da la empresa. Otro punto importante desde la perspectiva de Economía Social y Solidaria es el trabajo con productores locales, huertos comunitarios y demás proveedores con los que se realiza un comercio justo.

La empresa cree firmemente en que el veganismo, a través de la actividad económica es esencial para la protección animal. Como negocio hoy es muy viable, cada día ellas ven más restaurantes, bazares veganos, mercados, talleres, ferias (la cooperativa pertenece al comité organizador de la Gran Feria Vegana que se hizo en la CDMX). De la misma manera, perciben que el veganismo tiene más demanda. Ven una clara alza en el mercado, pero también en el activismo.

Como fortalezas identifican que son un equipo de trabajo responsable, motivado y con ganas de aprender. Las líderes del proyecto (ambas hermanas Quintero) tienen muy clara su visión y misión. Ambas nacieron vegetarianas y con un profundo amor por los animales. Hoy cuentan con el apoyo de la comunidad y han logrado expandir sus talleres a otros lugares del estado de Guerrero.

Los desafíos que han encontrado al trabajar en este proyecto es que ninguna de las dos tenía conocimiento sobre cómo gestionar o manejar un restaurante. La hermana mayor es

músico y la menor maestra de danza. No sabían cómo manejar una ONG. Identifican que han cometido muchos errores, pero han podido mantenerse en el camino.

Las oportunidades que identifican son la expansión de los talleres y la información en el estado de Guerrero primero reforzando su status en el mismo Zihuatanejo, ven oportunidad en expandir su negocio a un local más grande para continuar los talleres y rescatar animales en situación de calle, dar apoyo psicológico y clases de yoga en el mismo espacio.

El riesgo principal que observan es que las personas no sensibilicen a un ritmo necesario ante los cambios ambientales, la situación de los animales en la industria alimentaria, que no visualicen el futuro y hagan los cambios necesarios para garantizar la existencia de futuras generaciones. Aunque han tenido, en su experiencia una buena respuesta de la comunidad. Ellas opinan que es gracias a que no son un negocio elitista, por ser un espacio para todas y todos, además de ser abiertas y flexibles.

El mayor reto o amenaza para la Economía Social y Solidaria, según ellas es la *inconsciencia*, la *indiferencia* ante las injusticias sociales, que los negocios estén desconectados de los movimientos sociales y activistas como el feminismo, veganismo, racismo, clasismo, especismo.

Creen que el cooperativismo y la economía social pueden mejorar a través de la información y la educación. Creando conciencia a través del ejemplo, apoyándonos en las ONG's que están haciendo algo por el planeta y la sociedad, incluyendo a los demás animales: "La economía social va a mejorar cuando comprendamos que el comercio local es lo más cercano a mejorar nuestra situación, comprarnos entre nosotros, tenernos confianza, recomendarnos, comprender la importancia de dejar el dinero en el país."

Tabla 4

Sistematización de experiencias de: Cooperativas de consumo y Empresas de ESS de productos veganos.
Nombre de la Organización: *Cooperativa Ecovegana Zihuatanejo*
Aspecto de la experiencia a sistematizar: Educación alimentaria, veganismo,

antiespecismo, cooperativismo.
Periodo a sistematizar: 2012
Espacio de influencia: Zihuatanejo, Guerrero, México Cantidad de miembros: 6

Criterios generales	Cumple	No cumple
1. Sus miembros realizan consumos *solidarios.*	X	
2. Es cooperativa	X	
3. Es de cooperativa de consumo		X
4. Además del consumo, tiene otras actividades en relación con la esfera de la producción.	X	
5. Promueve una alimentación vegana	X	
6. Promueve la conciencia medioambiental	X	
7. Promueve el respeto a los demás animales	X	

Fuente: Elaboración personal con base en trabajo de campo 2019.

e) Beet the System

Beet the System es una cooperativa de producción y de servicios de *catering* ubicada en Birmingham, Reino Unido, especializada en Tempeh, un producto alimenticio similar al Tofú procedente de la fermentación natural de la soja que se presenta en forma aglomerada. La fermentación de la soja retiene el contenido de proteínas y fibra. A causa de su valor nutricional se suele emplear en las dietas vegetarianas y veganas como un substituto de carne.

El colectivo (iniciado por cuatro socios, actualmente tres) desde su posición de consumidores veganos comenzaron a cuestionar la frescura y la calidad del Tempeh disponible en el mercado. La amargura y el sabor a amoníaco les parecía desagradable, así como el excesivo uso de productos plásticos en su empaque y la procedencia de los insumos ya que la soja comúnmente viene de monocultivos transgénicos y de empresas capitalistas centradas en el lucro. Fue así como comenzaron, como colectivo adherido a la cultura de "hazlo tu mismo" a producir su propio Tempeh. Fue en 2017 que decidieron consolidar la empresa como una cooperativa vegana propiedad de sus trabajadores.

El proyecto de *Beet the System* fue generado por compañeros activistas pertenecientes a un grupo local de *Comida No Bombas* y comprometidos con diferentes movimientos de justicia social. Todos los socios eran ya veganos desde hace mucho tiempo la decisión de

hacer comida vegana de buena calidad fue principalmente para "ayudar y alentar a las personas a alejarse de la industria de la carne y la leche" y no dudan en mostrar solidaridad con los demás animales. Su experiencia negativa en la industria de los alimentos de origen animal los impulsó a abrir un negocio vegano, pero mencionan que se dieron cuenta de que otros negocios de comida "ética" también abusaban y explotaban a sus trabajadores, Por ello buscaron adoptar un modelo de negocios que no explotara a sus trabajadores y que, al mismo tiempo, permitiera promover una agenda explícitamente vegana. Tomando en cuenta todo lo anterior fue que decidieron crear una cooperativa, un lugar de trabajo donde no hubiera jefes o gerentes, tener voz en la gestión y, lo más importante, ser dueños colectivamente de la empresa y de la plusvalía generada por ellos mismo, los trabajadores.

En el Reino Unido, el Estado no reconoce legalmente a las cooperativas a menos que estén registrados en la institución *Cooperatives UK*. Ellos ayudaron a establecer el proyecto, pero tuvieron que pagar por ello. La institución también ofrece cursos, pero, en la opinión de los socios de *Beet The System,* el costo es bastante significativo para un proyecto pequeño como el de ellos. Los socios mencionan que para ellos fue prácticamente imposible conseguir una inversión o préstamo por estar arrancando. Todos los miembros tienen otros trabajos para lograr sostener la cooperativa.

En cuanto a la economía actual los socios mencionan que nos encontramos en un periodo de *capitalismo tardío*, donde:

> "El Estado maneja las constantes crisis. Estas crisis involucran respaldar incondicionalmente al sector financiero, amenazando la legitimidad del Estado. El proyecto neoliberal de austeridad ha impuesto nuevas dificultades en las comunidades y los trabajadores. Creemos que crear e impulsar a los trabajadores a formar cooperativas puede ayudar a resistir los peores excesos del capitalismo a largo plazo, además de ayudarnos como trabajadores a generar redes de *apoyo mutuo* para enfrentar la existencia misma del capitalismo."

Los socios creen que la Economía Social y Solidaria y el veganismo pueden converger en que "ambos están basados en la creencia de la no explotación y la cooperación", aunque indican que una limitante del cooperativismo es aún tiene que operar dentro del sistema capitalista. Al ser el consumo de carne una norma en nuestra sociedad, se presentan complicaciones al tratar con otras cooperativas que no consideran la explotación no humana, o aún más complicado es cuando estas lucran con ella. Los socios indican que:

> "Si adoptas una visión en la que ni los animales ni los humanos deben ser explotados, entonces tanto el veganismo como el cooperativismo son opciones atractivas. No son mutuamente excluyentes. Para nosotros este proceso tiene sentido desde la perspectiva de la industria alimentaria, puesto que su labor también puede ser no explotadora."

Sin embargo, los socios mencionan que el veganismo puede estar basado en características individualistas como la salud, el peso o una elección de estilo de vida. En otro extremo, apuntan que, hay veganos que son misántropos en su acercamiento a los temas sociales. También hay veganos que se enfocan únicamente en los derechos de los animales y no consideran al ser humano en su lucha. Aun así, aclaran que el movimiento vegano tiene el potencial de ser catalizador o un agente de cambios sociales. Si se toma consciencia de cómo el capitalismo central a la producción de alimentos y el daño medioambiental y a los demás animales se puede mostrar cómo todos estos temas están interconectados. Es por esto que los miembros de la cooperativa consideran que el veganismo debe ser *interseccional*, que debería ser una "base moral que intersecta luchas más amplias".

Actualmente la empresa produce Tempeh de origen orgánico cuyos insumos son adquiridos en un esquema de comercio justo. La cooperativa trabaja con Biorganica, una empresa certificada de Comercio Justo con sede en Sao Paulo. Trabajan con agricultores orgánicos de Comercio Justo en una región reconocida por su patrimonio orgánico. Su principal objetivo es exportar soja orgánica, producida por pequeños y medianos agricultores

en el suroeste del estado de Paraná al mercado europeo. Biorgánica participa en un programa EcoSocial para mejorar las circunstancias de los agricultores y sus familias.

Más tarde, la empresa expandió su mercado al entrar al sector de servicios de catering, incorporando recetas y productos alimenticios propios terminados a base de Tempeh y han participado en festivales de música y demás eventos sociales.

La fortaleza más grande que encuentran hoy en el proyecto es en la democratización y la igualdad en el ambiente de trabajo. También dicen estar orgullosos de la calidad de sus productos, así como de la promoción tanto del veganismo como de las cooperativas. Que este proyecto combina hacer algo que aman: "hacer y preparar comida para otros mientras defendemos a los animales."

El reto principal que encontrar fue financiero, puesto que no consiguieron un crédito o financiamiento externo tuvieron la necesidad que empezar muy despacio. Todos han tenido que trabajar en otros empleos para mantenernse al tiempo que trabajan en el proyecto. Para ellos el ema del financiamiento "parece un círculo vicioso; no puedes obtener préstamos a menos de que tengas suficiente flujo de efectivo". Asumieron erróneamente que habría cooperativas más grandes que ayudarían a financiar proyectos cooperativos nuevos y no fue así. Mencionan que las cooperativas grandes y establecidas, como *The Cooperative*, cuyos rendimientos son considerables, se enorgullecen de hacer donaciones a la caridad, pero han observado muy poco o nulo interés de apoyar a otras a cooperativas como la suya.

Las oportunidades que visualizan es una mayor cooperación entre proyectos similares, lo cual ya ha estado sucediendo con otros productores de Tempeh en Europa. Opinan que una vez que logren establecerse podrán dedicarle más tempo y energía a hacer que esto suceda.

La amenaza más fuerte para a el proyecto que identifican es la saturación del mercado por parte de las grandes empresas cuyos productos no son de la calidad que ellos consideran aceptable. Sin embargo, creemen firmemente en que el consumidor comenzará a exigir mejor

calidad y alimentos más saludables y que el Tempeh tendrá un rol importante en él como fuente de proteína vegetal.

En cuanto a las reacciones de las personas ante la empresa mencionan que, como mencionaron anteriormente, les extrañó el poco interés y apoyo del movimiento cooperativista por apoyar a proyectos emergentes, pero que hoy empresas no cooperativas productoras de Tempeh han mostrado interés en su modelo de negocio. Mencionan que los clientes se sienten atraídos por ser una cooperativa y algunos otros por ser veganos.

Sobre el cooperativismo en general los socios opinan que muchas cooperativas tradicionales han sido compradas o absorbidas por corporativos y han tenido que comprometer el modelo de negocios cooperativo. Mencionan que los mayores retos para las cooperativas pequeñas, como la suya, consisten en mantener un balance integridad como cooperativa y ser un negocio rentable. Los miembros de *Beet the System* sienten que las cooperativas necesitan trabajar más unidas, en especial que las cooperativas más grandes y exitosas apoyen a las cooperativas emergentes en las primeras fases.

El veganismo está en una transición de lo marginal y esperan que las cooperativas entiendan y comiencen la misma transición.

Concluyen sobre su experiencia:

> "Vivimos en un mundo de explotación creciente, puesto que el capitalismo tardío intenta exprimir todas las ganancias posibles de las personas y los animales. Necesitamos promover modelos de cooperación alternativos de producción de comida y ambientes laborales que conecten la compasión hacia los animales con el planeta y los trabajadores."

Este proyecto es relevante por haber nacido desde una base de activismo político social y vegano hasta consolidarse como una cooperativa de producción autodenominada vegana. Preocupada por la justicia social, los demás animales y el medioambiente. Por adquirir sus insumos en una cadena solidaria, consumo solidario y de Comercio Justo. Mostrando una conexión entre el veganismo y la Economía Social y Solidaria. De la misma

forma, muestra como existe un posible vacío en las redes cooperativas dada la desigualdad y el privilegio que hoy algunas cooperativas gozan y parece que han olvidado su origen solidario. Este es un punto importante para considerar: las *finanzas* como reto para las *cooperativas emergentes*.

Tabla 5

Sistematización de experiencias de: Cooperativas de consumo y Empresas de ESS de productos veganos.
Nombre de la Organización: *Beet The System*
Aspecto de la experiencia a sistematizar: veganismo, justicia social, cooperativismo, consumo solidario, liberación animal.
Periodo a sistematizar: abril 2019
Espacio de influencia: Birmingham, Reino Unido Cantidad de miembros:

Criterios generales	Cumple	No cumple
1. Sus miembros realizan consumos *solidarios.*	X	
2. Es cooperativa	X	
3. Es de cooperativa de consumo		X
4. Además del consumo, tiene otras actividades en relación con la esfera de la producción.	X	
5. Promueve una alimentación vegana	X	
6. Promueve la conciencia medioambiental	X	
7. Promueve el respeto a los demás animales	X	

Fuente: Elaboración personal con base en trabajo de campo 2019.

De las experiencias recopiladas anteriormente, a pesar de no existir un ejemplo ideal donde se conjunten todos los criterios generales a sistematizar, se puede observar que todas tienen aspectos importantes a resaltar y rescatar como inspiración para generar una cooperativa de consumo vegana en la Ciudad de México. No todas las experiencias anteriores son cooperativas de consumo, o cooperativas en sí, aunque todas tienen aspectos inherentes a la filosofía de la Economía Social y Solidaria. No todas consideran como punto central al veganismo como posición ética antiespecista o de liberación animal, pero prácticamente todas consideran a la industria de productos de origen animal una industria que genera problemas medioambientales graves y sufrimiento de seres conscientes. La mayoría de ellas tiene una visión amplia social, reconociendo los problemas que hoy se encuentran en la economía

dominante y la necesidad de crear solidaridad, ya sea a través del apoyo mutuo o del empleo digno, la autogestión y cooperación. Muchas tienen consideraciones sociales más amplias donde se toman en cuenta las situaciones de grupos vulnerables o segregados por raza, género, clase social o procedencia.

En cuanto a lo que cada proyecto aporta individualmente los dos primeros proyectos son cooperativas de consumo de productos veganos, ambos con valores de base similares, aunque a diferentes niveles. *Essential Trading* tiene mucho más presente el bienestar de las especies animales no humanas que *Unicorn Grocery*, o por lo menos desde la información que cada una provee. *Unicorn Grocery* hace mucho hincapié en la gestión horizontal, los pagos equitativos, la oportunidad de membresía para todos los trabajadores, la participación de todos los miembros y el fuerte compromiso social. *Essential Trading* parece ser más laxo en este sentido, aunque se adhiere a los valores y principios cooperativos.

Otro factor es que *Essential Trading*, a pesar de si mencionar directamente el esfuerzo de eliminar la explotación animal, es una cooperativa de productos vegetarianos y no veganos, lo que quiere decir que, si ofrecen productos de origen animal, como el quedo o el huevo, a diferencia de *Unicorn Grocery* cuya oferta es estrictamente libre de productos de origen animal, aunque no mencionan de manera tajante y repetida su rechazo a la explotación animal.

De los proyectos siguientes cada uno tiene factores y elementos interesantes a destacar. De la iniciativa de *Woke Foods* es importante rescatar su lucha por la inclusión racial a través de una alimentación vegana y sana, su trayectoria y trabajo en cuestiones raciales desde la base, un proyecto generado desde las comunidades de color en los Estados Unidos, por mujeres emprendedoras y que tienen un fuerte compromiso de aportar a su comunidad desde la identidad de raza y clase y feminismo, siempre desde la alimentación sin productos de origen animal.

El proyecto de Zihuatanejo es interesante por ser el único proyecto cooperativo o enfocado a la Economía Social y Solidaria que se registró en esta investigación. Parece ser un hecho que el veganismo es mucho menos común, practicado o difundido en México que en otros países de Europa o Asia. Aún así existen empresas de Economía Social y Solidaria como esta en este país que, si consideran una alimentación libre de productos de origen animal una lucha importante desde la perspectiva de conciencia de bienestar de otras especies conscientes, así como lo social, político y medioambiental. Es importante recalcar el esfuerzo de este proyecto por ofrecer productos veganos a precio accesible lo cual pretende romper el estereotipo de que esta alimentación puede o debe estar ligada al privilegio socioeconómico. Alejarse de un *consumo compulsivo* basado sólo en lo que puede ser accesible económicamente y acercarse más a un *consumo por el bien vivir* e idealmente a un *consumo solidario.*

La iniciativa de *Beet the System* a pesar de no ser una cooperativa de consumo, es quizá la que más se apega a una fuerte conexión entre la explotación humana que genera el capitalismo contemporáneo y cómo eso también genera una fuerte explotación de animales humanos y de los ecosistemas. Otro factor interesante es que los fundadores de esta cooperativa tienen un origen en el activismo político y es ejemplo de cómo la praxis activista puede llevar a una praxis económica a través de la Economía Social y Solidaria. Mostrando, tal vez, que una transición del activismo a la acción directa puede encontrarse en la actividad de Economía Social y Solidaria. La convicción del activismo político muestra que los proyectos de Economía Social que empiezan desde ese contexto, comienzan también con una fuerte convicción en los valores y principios que caracterizan a la ESS.

Un factor que es importante resaltar y rescatar es la diferencia entre el apoyo institucional y social que recibió la empresa de *Unicorn Grocery* a diferencia de lo que reportan los miembros de *Beet The System*. La primera se vio fuertemente fortalecida por la

confianza y apoyo del sector cooperativo, logrando obtener financiamiento y demás apoyos por parte de sus miembros y en especial de otras instituciones del cooperativismo. En cambio, *Beet the System*, en ausencia de esto, ha tenido mucho mayores dificultades de consolidarse. Esto puede verse como un llamado a la importancia de la cooperación entre instituciones de la ESS, es esencial, como muestra Mance en la *Revolución de las Redes* (Mance, 2006) que una cooperación entre cooperadores puede significar el triunfo o el fracaso de la Economía Social y Solidaria. Vencer el individualismo y competencia dentro de una empresa no es suficiente si afuera el individualismo y la no-solidaridad entre empresas perdura.

Capítulo 3

CONFORMACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE CONSUMO SOLIDARIO DE PRODUCTOS VEGANOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

3.1. Características del consumidor vegano en la CDMX

Existe poca información demográfica en México sobre veganismo, sin embargo, en 2016 se llevó a cabo el primer censo vegano en los Estados Unidos Mexicanos. Este censo que más bien fue una encuesta. Esta encuesta se realizó a través del servicio en línea *Survey Monkey*, una plataforma especializada para este propósito. Su difusión se realizó por redes sociales.

Uno de los objetivos primarios del proyecto era indagar qué porcentaje de la población total de México se consideraba vegano. Aunque obtener este dato no fue posible con una encuesta como la realizada, por no ser probabilística. En este sentido, para obtener cuál es la población de un grupo en particular, habría que tomar una muestra al azar (en la calle o por teléfono) y preguntar directamente si son veganos y este trabajo, hasta el día de hoy, no se ha realizado en el país.

La encuesta fue respondida por 3’316 personas de toda la República que se identifican como veganas y, aunque puede existir cierto sesgo estadístico (el cual admiten los autores de la misma) en la metodología, ya que la encuesta sólo se realizó a través de internet y, por lo tanto, sólo muestra datos de población sobre las personas veganas que tienen acceso a este medio, el trabajo mostró datos sobre este grupo de población nunca antes estudiados o recopilados. Hasta el día de hoy es el documento que con datos más socioeconómicos de las más completos sobre las personas veganas en el país.

Para este trabajo solamente utilizaremos algunas de las cifras analizadas y documentadas, específicamente las que nos ayuden a entender más sobre el perfil

socioeconómico del consumidor vegano, esto con la intención de, en primer lugar, justificar la necesidad de una cooperativa de consumo vegana y, en segundo lugar, para poder realizar en su momento el plan de negocios correspondiente a la misma.

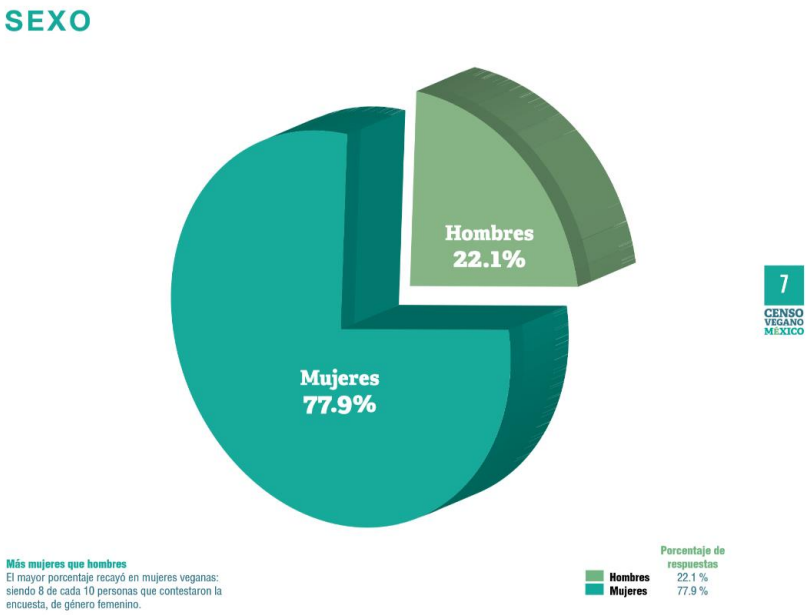
El primer dato importante para resaltar en este trabajo es el que nos muestra que Entidad Federativa se encuentra la mayor cantidad de veganos. El dato nos muestra que 27.1% de los veganos que respondieron a la encuesta vive en la CDMX por lo cual se puede justificar que el lugar más factible para comenzar una cooperativa de consumidores veganos es dicha ciudad (véase figura 4).

A continuación, se mostrarán los datos que nos describen las características socioeconómicas del consumidor vegano. En cuanto al sexo de las personas encuestadas se encontró que una gran mayoría de las veganas son mujeres con pues representan 77.9% (véase figura 5). La edad promedio del consumidor vegano está entre los 21 y 39 años, donde 41.4% del total de los encuestados está entre los 21 y 28 años (véase figura 6).

Figura 4: Estado de la república en el que vive

Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en: https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

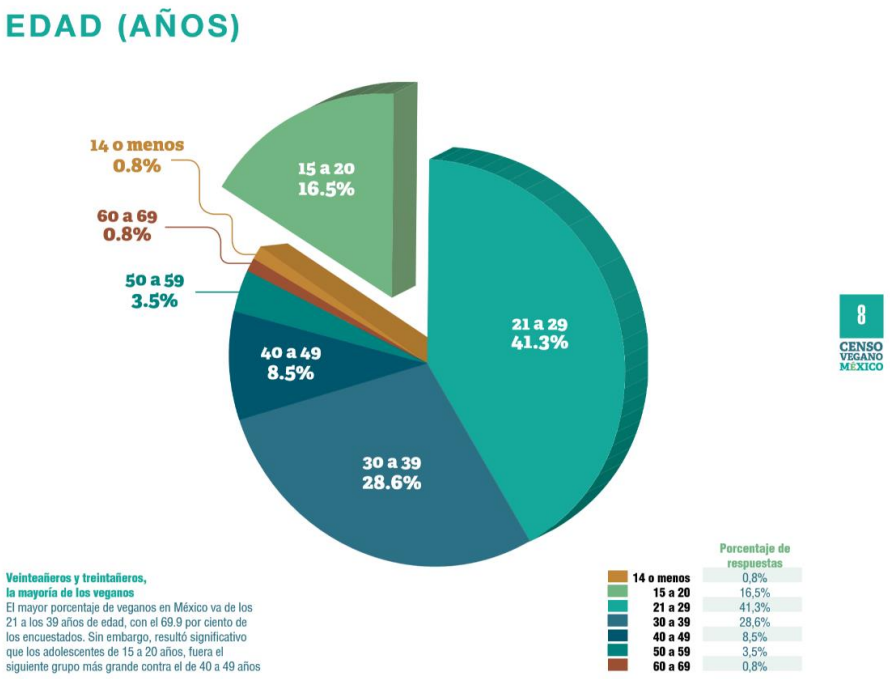
Figura 5: Sexo



Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

Figura 6: Edad



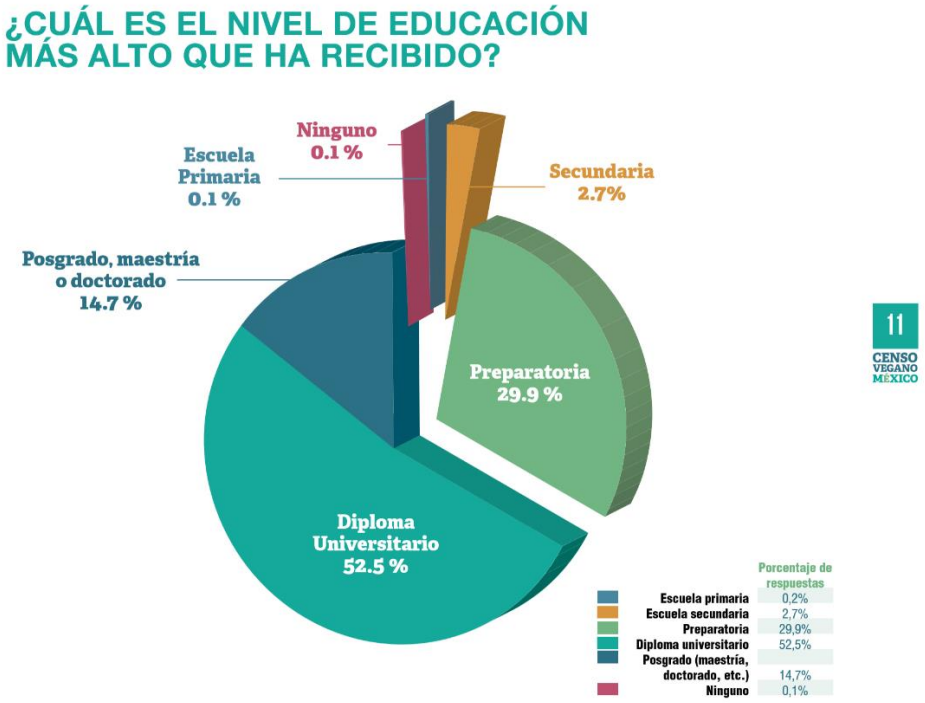
Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

En cuanto a escolaridad se puede observar que 52.5% de la población de encuestados tiene un título universitario (véase figura 7). Sin embargo, sobre el poder adquisitivo de los mismos se encontró que 41.8% gana de 0 a $5,000 pesos mensuales, y 24.2% percibe un ingreso de $5,000 pesos mensuales a $10,000 pesos mensuales (véase figura 8).

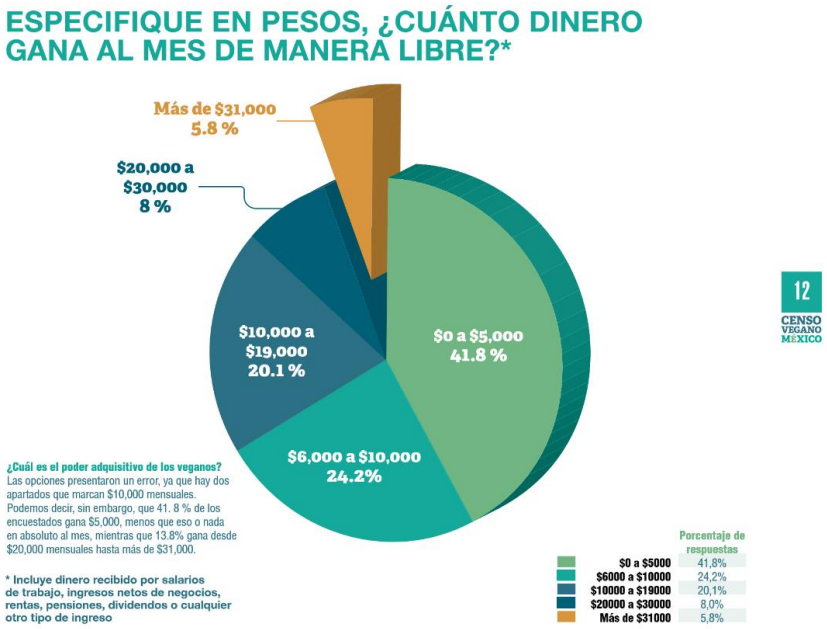
Sobre la accesibilidad y comercialización de productos veganos se encontró que más del 60% de los clientes veganos tardan de 25 a 120 minutos de tiempo en automóvil o transporte público para llegar a la tienda especializada en alimentación vegana más cercana. De esta manera, 33.5% tarda de 25 a 35 minutos en llegar y 30.3% de 40 minutos a dos horas llegar a una tienda especializada en productos veganos (véase figura 9). Por otro lado, 55.2% opina que es *un poco difícil* conseguir productos aptos para veganos en México y 26.6% opina que es *muy difícil* (véase figura 10).

Figura 7: Nivel Educativo



Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en: https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

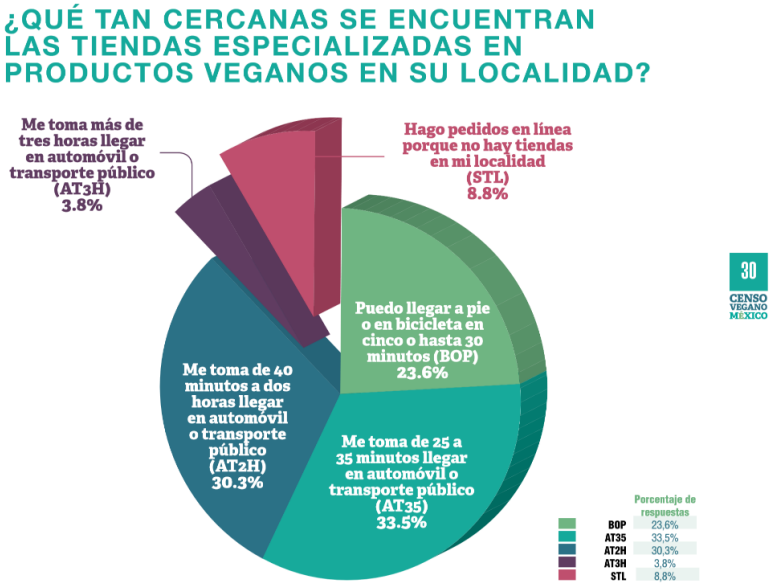
Figura 8: Ingresos mensuales



Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

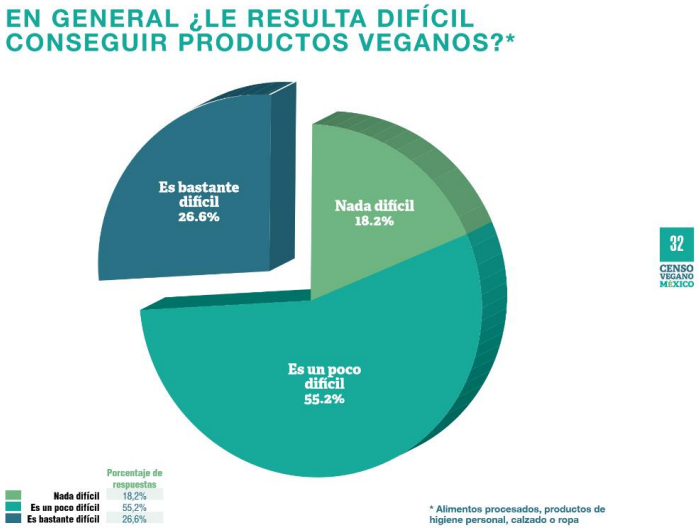
Figura 9



Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

Figura 10: Dificultad en conseguir productos veganos

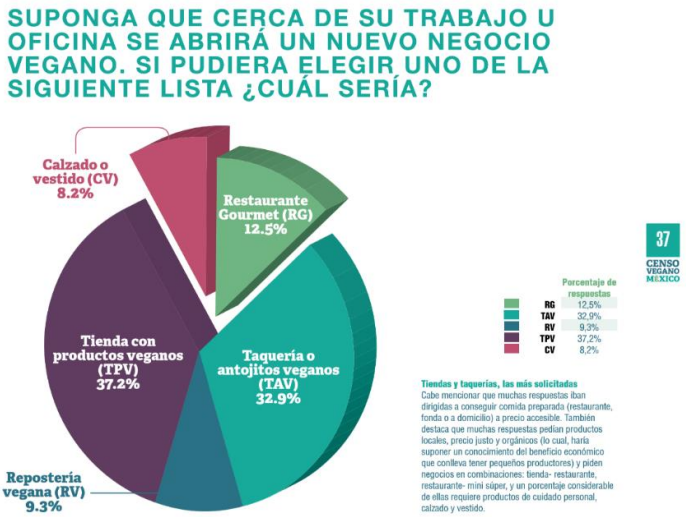


Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

Así mismo la mayoría de los encuestados, 37.2% opinó que preferiría que se abriera una tienda de productos veganos cerca de su casa o trabajo que cualquier otro negocio como restaurantes o antojerías (véase figura 11).

Figura 11: Cercanía de comercios veganos



Fuente: Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en:

https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok

Las cifras mostradas anteriormente reflejan dos puntos importantes. El primero indica que el perfil socioeconómico del consumidor vegano promedio no goza de un poder adquisitivo acomodado, por lo cual un esquema de cooperativa de consumo puede lograr, como hemos visto en las experiencias expuestas anteriormente, que estos consumidores tengan acceso a productos de calidad a menor precio. De la misma manera, organizar el consumo de estas personas hacia uno más solidario, puede fortalecer otras empresas veganas locales y a productores de frutas, verduras y leguminosas mexicanos.

El segundo es que la cifras muestran que la demanda por un local o un espacio que ofrezca productos aptos para veganos tiene una alta demanda y poca oferta. Esto se muestra en los tiempos de transporte hacia el punto de consumo, así como en el deseo e interés de los encuestados por más tiendas que ofrezcan alimentos veganos.

3.2. Primeros acercamientos de Formación, organización y gestión de una cooperativa de consumo vegana en la CDMX

A partir de los elementos y cifras expuestos anteriormente, en esta última sección de la tesis se propondrán las bases para iniciar una cooperativa de consumo en la CDMX. Sus objetivos y retos, así como una propuesta de ruta a seguir para lograr su formación y consolidación. Asimismo se propondrá la organización de este proyecto para que pueda abarcar lo más posible un *consumo solidario* más amplio, que considere a los productores, trabajadores y al medio ambiente.

El objetivo principal de este proyecto es detonar y fortalecer una iniciativa comunitaria de consumo que:

1) Facilite el acceso a alimentos libres de ingredientes de origen animal locales posibles al asegurar:

a) mejores precios, resultado de un mayor volumen gracias al consumo organizado y comprometido por parte de los socios y a la eliminación de los intermediarios.

b) la oferta de productos basados en plantas concentrada en un solo punto de venta.

2) Asegure información más transparente sobre el origen de los alimentos, las condiciones de los productores, incluyendo su remuneración y sus métodos de producción.

3) Promueva sistemas de alimentación sanos mediante el impulso del consumo organizado enfocado en cadenas cortas de valor (productos locales y temporales);

4) Facilite procesos de aprendizaje participativos, incluyendo educación nutricional y suplementación, habilidades de preparación de alimentos y la generación de capacidades cooperativistas de los socios;

5) Promueva el consumo y la producción de productos veganos como parte de la cocina y a la cultura alimentaria mexicana.

6) Busque alternativas sustentables de empaque y embalaje de los productos.

7) Genere alianzas sólidas con grupos de pequeños productores de alimentos frescos y procesados para asegurar el abasto adecuado.

Con base en el análisis de las experiencias de cooperativas de consumo veganas y demás proyectos de alimentación vega, expuestos anteriormente, se puede observar que algunos de los retos más grandes en la formación de la cooperativa de consumo son:

1) La inviabilidad económica del emprendimiento.

2) La falta de capacidades organizativas y cooperativistas por parte de los socios consumidores, además de la falta de capacidades administrativas, operativas y empresariales de los socios fundadores.

3) Asegurar que el ejercicio colectivo responda a las necesidades y a la visión de los socios, mediante el diseño y la implementación participativa del proyecto.

4) La falta de expertos multidisciplinarios en las áreas de Economía Social y Solidaria, incubación de negocios, sistemas de alimentación sustentables y nutrición, así como apoyo entre empresas cooperativas o de Economía Social y Solidaria.

Por lo tanto, se concluye que un programa de formación y acompañamiento que logre, desde el inicio formar un proyecto de consumo colectivo con valores y principios cooperativos, garantizar su viabilidad económica, técnica y operativa; con esto, incrementar sus posibilidades de permanencia en el tiempo, esperando que la apropiación de la iniciativa por parte de los socios se lograre a través de la implementación de procesos participativos.

El programa se compondría, por lo tanto, de asesorías, la facilitación de una serie de talleres y la elaboración de documentos clave que lideran especialistas multidisciplinarios. Dependiendo de las necesidades y la visión de los socios, los consultores pueden también acompañar la gestión operativa y administrativa de la cooperativa, eventualmente.

Los elementos del acompañamiento propuestos inicialmente son:

1º Identificación y consolidación del grupo de socios:

- Convocatoria a socios potenciales.
- Sesiones informativas y de integración.
- Concretar el compromiso de los socios.

2º Diagnostico participativo:

- Desarrollo del mapa de acción para aterrizar la idea o modelo de negocio.

3º Formación cooperativa:

- Principios del cooperativismo y la Economía Social y Solidaria.
- Las cooperativas de consumo en el marco de los sistemas de alimentación sustentables.

- Toma de decisiones, deliberación, gestión de acuerdos, y solución de conflictos.
- Formación de capacidades cooperativistas.
- Recursos y participación de los socios.

4º Acompañamiento técnico:

- Desarrollo del modelo de negocio.
- Administración y operación de la empresa.
- Mercadotecnia.
- Estructura organizacional.
- Análisis financiero.
- Figura legal e implicaciones fiscales de una Sociedad Cooperativa en México.
- Constitución y registro de la cooperativa.

5º Identificación y formación de redes:

- Proveedores: Redes de productores locales.
- Intercooperación: Redes de Aliados.

6º Fondeo:

- Planeación e implementación de un sistema de fondeo entre socios o miembros con base a las capacidades de cada miembro. Puede ser en un esquema de *cada quien sus necesidades, cada quien sus capacidades.*
- Considerar plataformas de fondeo comunitario como *Go fund me, fondeadora o Kickstarter.*
- Crear un proyecto con un perfil atractivo para fondos de inversión de impacto social o ecológico.

En etapas posteriores a mediano y largo plazo, el proyecto podría ser generador de otros de proyectos más amplios en donde, por ejemplo, también se fortalezcan a los productores de alimentos procesados para impulsarlos, desde la demanda y el acompañamiento, al mejoramiento de la calidad de sus productos y a un menor impacto en los demás animales y el medio ambiente o impulsar a los productores de alimentos vegetales que realizan con prácticas agroecológicas, compartir el riesgo; promover la implementación de esquemas de Economía Social y Solidaria entre empresas proveedoras.

Reflexiones Finales

Estamos en un momento crítico de la historia. Como se expuso en el primer capítulo de esta tesis, es posible observar que la situación medioambietnal y económica generan una *crisis civilizatoria* que pone en riesgo no sólo a las instituciones que le han tomado siglos a la humanidad construir, sino que la misma supervivencia del ser humano en el planeta está en severo riesgo.

Hoy se debate teóricamente sobre cuál es el mejor sistema económico; ¿será el capitalismo, el socialismo o el comunismo? Cuando lo más relevante sería reconocer que las instituciones actuales, los modelos explorados e implementados durante los últimos siglos no están funcionando. No funcionan a un grado alarmantemente: amenazan la existencia misma de millones de seres humanos y de miles de millones más de seres con los que compartimos este planeta llamado Tierra.

Hoy es momento de experimentar, de plantar semillas, gérmenes que puedan funcionar como *alternativa* a lo que ya existe y no funciona. Es momento de replantearse desde la *praxis* cómo nos relacionamos entre nosotros, como seres humanos y como sociedad, pero también cómo nos relacionamos con el resto del planeta, con las demás especies animales; reconocer que han sido sometidas, explotadas y utilizadas por estos sistemas rancios con el pretexto de mejorar la situación y probabilidades de supervivencia del ser humano como especie. La *explotación*, *mercantilización* y *sometimiento* de estos seres conscientes, no sólo nos presenta un debate ético profundo al reconocer que, como nosotros, son seres que sufren, que presentan emociones complejas, que crean vínculos familiares y comunitarios, sino que ese mismo sometimiento contribuye en gran medida a la crisis civilizatoria y medioambiental.

Es momento de replantearnos nuestro papel en este planeta. Comenzar con reconocer que no es nuestro para ocupar, explotar y vender. Reconocer que somos apenas una pequeña parte de él y que dependemos de él, al ciento por ciento, para sobrevivir hoy, mañana y siempre. Nuestra especie no es mejor ni más importante que cualquier otra.

El especismo nos ha cegado y hecho pensar que podemos ser administradores de la Tierra. Nos ha convencido de que somos la especie responsable de manejar a seres vivos como *recursos* a nuestra disposición y esta idea que se expande refleja, sin duda, cómo nos relacionamos entre nosotros, como especie. Pensamos que podemos administrar a otros seres humanos, utilizarlos como recursos y mercancía. Es hora de reconocernos como *comunidad*, entre nosotros y con el planeta. Porque lo que sin duda alguna tenemos en *común* con todos los animales de esta tierra y con toda red biológica que lo compone es que dependemos los unos de los otros para existir y coexistir.

Por esto mismo no sólo es importante plantear cómo modificar, transformar, cambiar y maquillar las instituciones que hemos construido: el Estado, las empresas, la economía y la política. Es esencial replantear nuestro papel en el planeta y cuestionar si estas instituciones, desde su filosofía, desde sus valores y principios están construyendo o destruyendo; edificando u orquestado un suicidio colectivo que llevará a millones a la tumba.

El *consumo solidario* no niega el hecho de que necesitamos consumir para vivir, más aún, no niega el hecho de que es necesario tomar suministros del planeta para existir, tomar vida para continuar viviendo, pero se propone un consumo consciente, atento a lo que nuestro consumo genera en otros seres y en nuestro planeta. Es desde este principio que rechazar el especismo puede comenzar a tomar forma.

Cabe cuestionarnos sobre si ¿puede existir un *consumo solidario* si genero sufrimiento, confinación, esclavitud, objetivización y mercantilización de seres conscientes como nosotros? Si el ser humano es un animal más ¿Por qué considerarnos más importantes y

valiosos que otros si no es necesario matarlos o consumirlos para vivir? ¿Por qué no ser solidarios con el resto del reino animal?

El propósito de esta tesis y de la generación de una cooperativa vegana nunca fue imponer el veganismo en la Economía Social y Solidaria sino reforzarla a través de un movimiento que tiene la solidaridad como centro, la conciencia y empatía por el otro y el conocimiento de lo que nuestro consumo genera en el planeta. El veganismo es un excelente espacio y lugar para promover la Economía Social y Solidaria, la cual puede ser una oportunidad real para cambiar el papel que jugamos respecto a la conservación del medio ambiente. Se trataría de una *alternativa postcapitalista*.

Si vemos a la Economía Social y Solidaria como *embrión* y *semillla* para crear un *alternativa postcapitalista* que funcione como contrapeso a la crisis civilizatoria, ésta también debe estar abierta a la reflexión, a la constante revisión. Si uno de nuestros errores fue dar por hecho que la economía podría funcionar y sustentarse implementando teorías y leyes, como si el planeta y los seres humanos fuéramos engranes de una máquina, entonces la ESS no debe caer en el mismo error. Hacer consciencia es difícil. Es difícil convencer a la sociedad de las oportunidades de reorganizarnos en torno a la Economía Social y Solidaria, así también el veganismo, a pesar de sus argumentos y evidencia sólida, tampoco ha tenido una entrada fácil en el paradigma de valores de Occidente. Incluso con personas y organizaciones que ya se manejan en torno a la *empatía* y la *solidaridad*.

Tejer un *vínculo* entre el veganismo y la Economía Social y Solidaria, por lo tanto, puede enriquecer enormemente a ambas. Expandir la solidaridad, evitar la *misantropía* de la que muchos veganos sufren, reconocer que a pesar de toda la destrucción que el ser humano es capaz de generar, construir, crear y, que además de que nosotros también es un animal-racional sufre, es explotado y su supervivencia, indudablemente, corre peligro.

De esta manera, la Economía Social y Solidaria puede humanizar al veganismo. Y también el veganismo puede inspirar a la Economía Social y Solidaria a expandir su propia solidaridad: una solidaridad con el planeta. La solidaridad debe ser recíproca y tendemos a pensar que sólo podemos serlo entre miembros de nuestra especie, pero el momento en que reconocemos que estamos tomando de la vida de otros para continuar la nuestra, podemos darnos cuenta de que toda la cadena de *interacción interespecie* grita por un acto de solidaridad. Una solidaridad con la vida. Con lo único que conocemos, con todo aquello que es capaz de contemplar el universo y de experimentarlo conscientemente ¿Y cuál sería la razón de habitar el universo si no existiera nada ni nadie capaz de contemplarlo?

Anexos

Formato de preguntas de encuesta para empresas veganas de Economía Social y Solidaria

Nombre del Negocio:

Categoría / actividad de negocios:

Ubicación:

Tiempo de funcionamiento:

La empresa:

1. ¿Por qué decidiste iniciar una empresa social?

2. ¿Cómo fue el proceso de inicio del proyecto?

3. ¿Por qué decidiste comenzar una empresa vegana?

4. ¿Cuántas personas o partes interesadas participaron en el proceso?

Ideología, veganismo y economía social.

5. ¿Cuál es su visión general de la economía de hoy?

6. ¿Por qué crees que las empresas sociales y veganismo deberían estar juntos?

7. ¿Cómo crees que las empresas sociales y solidarias abordan cuestiones de justicia social, económica y ambiental?

8. ¿Cómo crees que el veganismo aborda cuestiones de justicia social, económica y ambiental?

La experiencia

9. ¿Cuáles son las fortalezas del proyecto?

10. ¿Qué desafíos has enfrentado al trabajar en este proyecto?

11. ¿Qué oportunidades imaginas?

12. ¿Qué amenazas identifica que pueden poner en riesgo la existencia del proyecto?

13. ¿Cuál ha sido la reacción externa (no trabajadores o partes interesadas) con respecto a su proyecto?

Cooperativismo y economía social.

14. ¿Cuáles crees que son los mayores desafíos de las cooperativas y la economía social hoy en general?

15. Basado en tu experiencia. ¿Cómo crees que se puede mejorar el cooperativismo y la economía social?

Bibliografía

1. Action Contre la Faim (2017). *L'Essentiel 2017.* Disponible en: https://www.actioncontrelafaim.org/wp-content/uploads/2018/08/CER-Page-%C3%A0-page.pdf
2. Afro-Vegan Society (2019). *What is Afro-Veganism?* Disponible en: https://www.afroveganssociety.org/what-is-afro-veganism
3. Alianza Cooperativa Internacional. (2018). Disponible en: https://www.ica.coop/es
4. ASPCA (2019). *Animals on Factory Farms.* Disponible en: https://www.aspca.org/animal-cruelty/farm-animal-welfare/animals-factory-farms
5. Banco Mundial. (2019). *Trends in Solid Waste Management*. Disponible en; http://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/trends_in_solid_waste_management.html
6. Baran P. y P. Sweezy. (1982). *El capital monopolista.* México, Siglo XXI editores.

   Hilferding, R. (2005). *Finance capital: A study of the lastest phase of capitalist development.* London: Taylor & Francis.
7. Bartra, A., Ceceña, A. E., Esteva, G., y Bernal, R. O. (2013). *Crisis civilizatoria y superación del capitalismo*. México: UNAM. Disponible en: http://ru.iiec.unam.mx/2374/1/PDF%287%29-CRISISCIVILIZATORIA-IMPRESI%C3%93N-13-08-2013Cortado.pdf
8. Basurto, J. (1975). *El proletariado industrial en México*. México, CDMX: Instituto de Investigaciones Sociales: UNAM.

9. *Beet the System. Vegan Worker Co-operative*. (2019). Disponible en: http://beetthesystem.co.uk/
10. Best, S. (2012). "Rethinking Revolution: Animal Liberation, Human Liberation, and the Future of the Left", en: *The International Journal Inclusive Democracy*, Vol. 2, No. 3 Disponible en: https://www.google.com/search?q=Rethinking+Revolution:+Animal+Liberation,+Human+Liberation&tbm=isch&source=hp&sa=X&ved=2ahUKEwiLjK68nb_lAhVSRKwKHfAGDa8QsAR6BAgHEAE&biw=1264&bih=896
11. Biblioteca Nacional de Escocia (2018). *Fenwick Weavers' Society charter*. Scottish labour history, Learning Zone. Disponible en: https://www.nls.uk/learning-zone/politics-and-society/labour-history/fenwick-weavers
12. Birchall, J., & Ketilson, L. (2009*). Resilience of the cooperative business model in times of crisis.* Geneva: ILO. Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/emp_ent/documents/publication/wcms_108416.pdf
13. *Black Vegans Rock* (2019). Disponible en: http://www.blackvegansrock.com/about
14. Braudel, F., & Reynolds, S. (1992). *The wheels of commerce*. E.U., Berkley: University of California Press.
15. Butler, C. T., & Henry, K. M. (1996). *Comida, no bombas.* España. Madrid: Talasa.
16. Cahn, S. (2012). *Classics of political and moral philosophy*. E.U., New York: Oxford University Press.
17. Castillo, M. y Guerrero, G. (2016). *1er censo vegano en México 2016*. Disponible en: https://es.scribd.com/document/335692527/Censo-Vegano-Mexico-2016ok
18. Chaves, R. y Monzón, J. L. (2006) *La Economía Social en la Unión Europea*. Bélgica, Bruselas: Comité Económico y Social Europeo.

19. Davidson, C. Allard, J. & Matthaei, J. (2007) *Solidarity Economy: Building Alternatives for people and planet.* Chicago IL USA: ChangeMarker Publications. Capítulo 2, pp. 28-41.

20. Dominick, B. A. (2008). *Animal liberation and social revolution: A vegan perspective on anarchism or an anarchist perspective on veganism.* Reino Unido. Londres: Active Distribution.
21. Encyclopedia Britannica *Speciesism* (2019). Disponible en: https://www.britannica.com/topic/speciesism
22. Euromonitor International (2006). *Internet Retailing in Finland: Market Research Report*. Disponible en: https://www.euromonitor.com/internet-retailing-in-finland/report
23. FAO. (2006). *La ganadería amenaza el medio ambiente*. Disponible en: http://www.fao.org/newsroom/es/news/2006/1000448/index.html
24. Faunalytics (2018). *Global Animal Slaughter Statistics And Charts.* Disponible en: https://faunalytics.org/global-animal-slaughter-statistics-and-charts/
25. FMI (2019). *New Data on Global Debt.* Disponible en:
26. Global Agriculture (2019) *Meat and Animal Feed*. Disponible en: https://www.globalagriculture.org/report-topics/meat-and-animal-feed.html
27. Godlovitch, S., Godlovitch, R., & Harris, J. (1972). *Animals, men and morals: An enquiry into the maltreatment of non-humans.* Estados Unidos. New York: Taplinger.
28. Guerra, P. (2010) Potencialidades y desafíos de la economía solidaria. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio global.* No. 110, pp. 66-76.
29. Harvey, D. (2017). *Marx, capital and the madness of economic reason*. Reino Unido, Londres: Profile Books.

30. Havala, S., & Dwyer, J. (2009). *Position of the American dietetic association: Vegetarian diets.* Journal of the American Dietetic Association, 93(11), pp. 1317-1319. doi:10.1016/0002-8223(93)91966-t. Disponible en: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19562864
31. Holyoake, G. (1882). *Self-help by the people*. Inglaterra, Londres: Trübner.
32. Human Rights Watch (2004). *Blood, Sweat and Fear: Workers' Rights in U.S. Meat and Poultry Plants.* Disponible en*:* http://www.hrw.org/reports/2005/usa0105/
33. Instituto Nacional de Economía Social (2018). *Nociones Básicas de Economía Social*. Disponible en: http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html Investigaciones Sociales UNAM.
34. Kandel, W. (2017). *Recent Trends in Rural-based Meat Processing.* Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture citing Bureau of Labor statistics. Disponible en: https://migrationfiles.ucdavisedu/uploads/cf/files/2009-may/kandel.pdf
35. Kinder World (2019). *The Best Videos About Veganism and Animal Rights*. Disponible en: https://www.kinderworld.org/videos/
36. Knupfer, A. (2013). *Food co-ops in America*. E. U., Ithaca: Cornell University Press.
37. Laville, J., y García Jané, J. (2009). *Crisis capitalista y economía solidaria.* España, Barcelona: Icaria.
38. Leal, J.F. y Woldenberg, J. (1980) *Del Estado Liberal a los Inicios de la Dictadura*. México: Siglo XXI.
39. Lewis, M. y Swinney, D. (2007) "Social Solidarity Economy & Economy", Disponible en: http://base.socioeco.org/docs/lewis-swinney.pdf
40. *Ley de Economía Social y Solidaria* (2012). México: Cámara de Diputados. H. Congreso de la Unión. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/less/LESS_orig_23may12.pdf

41. Luxemburgo, R. (1967). *La acumulación de capital*, México, Grijalbo.
42. Mance, E. (2006) *Solidaridad basada en Cadenas Productivas.* Disponible en: http://complementarycurrency.org/helpdesk_es/Solidarity_based_productive_chains_espanol.htm
43. Mance, E. (2006). *La revolución de las redes: La colaboración solidaria como una alternativa pos-capitalista a la globalización actual.* Brasil, Petrópolis: Editora Vozes.
44. Mandel, E. (2002). *An introduction to Marxist economic theory*. Chippendale, N.S.W.: Resistance Books.
45. Marx, K. (2008). *El Capital*. España: Barcelona: Iberlibro.
46. McDonald, B. (2000). *Once You Know Something, You Can't Not Know It: An Empirical Look at Becoming Vegan.* Society and Animals 8.1 disponible en: https://philpapers.org/rec/MCDOYK
47. McMichael, A., Powles, J., Butler, C., y Uauy, R. (2007). *Food, livestock production, energy, climate change, and health.* The Lancet, 370(9594), pp. 1253-1263. Disponible en: https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(07)61256-2/fulltext#%20
48. Monzón, J.L. (2006). *Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector*. España, CIRIEC, No. 56, pp. 9-24.
49. Organización de las Naciones Unidas (2019). *Cumbre sobre la Acción Climática 2019.* Disponible en: https://www.un.org/es/climatechange/un-climate-summit-2019.shtml
50. Organización de las Naciones Unidas (2019). *Perspectias del Medio Ambiente Munsial 6.* Disponible en: https://www.unenvironment.org/es/resources/perspectivas-del-medio-ambiente-mundial-6

51. Organización de las Naciones Unidas (2019). *La degradación del medio ambiente provocará millones de muertes prematuras Noticias ONU.* Disponible en: https://news.un.org/es/story/2019/03/1452781
52. Pantin, T. (2007). *Milton Friedman Answers Phil Donahue's Charges.* Disponible en: https://www.nysun.com/business/milton-friedman-answers-phil-donahues-charges/66258/
53. Parmentier, B. (2013). *Nourrir lhumanité: Les grands problèmes de lagriculture mondiale au XXIe siècle*. Paris: La Découverte.
54. Pérez, J.C, Extezarreta, E, Guridi. L. (2006) *De qué hablamos cuando hablamos de economía social y solidaria? concepto y nociones afines.* España. Bilbao: XI Jornadas de Economía Crítica.
55. Polanyi, K., Block, F., & Stiglitz, J. (2007*). La gran transformación*. Buenos Aires. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
56. Poore, J., y Nemecek, T. (2018). *Reducing food's environmental impacts through producers and consumers*. Science, 360(6392), pp.987-992. Disponible en: https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987
57. Porcher J. (2004) *L'animal d'élevage n'est pas si bête.* Francia. Ruralia, n°14. Disponible en: https://jocelyneporcher.fr/
58. Porfirista (serie) *La Clase Obrera en la Historia de México,* Vol. II. Siglo XXI. México, CDMX: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
59. Portal Libertario. (2019). *Economía social y anarquismo.* OACA. Disponible en: https://www.portaloaca.com/pensamiento-libertario/5955-economia-social-y-anarquismo.html
60. Puig, C., y Coraggio, J. (2016). *Economía social y solidaria.* España, Bilbao: Universidad del País Vasco.

61. Rasmussen, D. (2016). The Problem with Inequality, According to Adam Smith. *The Atlantic*. Disponible en: https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/06/the-problem-with-inequality-according-to-adam-smith/486071/

62. Razzeto, L. (2016). *Conferencia: El Factor C de la Economía Solidaria - 2016* - Universidad Cooperativa de Colombia. Disponible en https://www.ucc.edu.co/cali/prensa/2016/Paginas/El-Factor-C-de-la-Econom%C3%ADa-Solidaria.aspx

63. Reclus, E. (1901). *A propósito del vegetarianismo*. Disponible en: https://periodicolaboina.wordpress.com/2017/06/19/1901-a-proposito-del-vegetarianismo-elisee-reclus/

64. *Reforma a la Ley de Economía Social y Solidaria* (2015). México: Diario Oficial de la Federación. Disponible en: http://www.diariooficial.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421727&fecha=30/12/2015

65. Restakis, J. (2010). *Humanizing the economy*. Canada, Gabriola, B.C.: New Society Publishers.

66. Ricard, M. (2014). *Plaidoyer pour les animaux: Vers une bienveillance pour tous.* Francia. Paris: Le Grand livre du mois.

67. Richards, E., Taylor, N., y Signal, T. (2013). *A Different Cut? Comparing Attitudes toward Animals and Propensity for Aggression within Two Primary Industry Cohorts—Farmers and Meatworkers*. Society & Animals, 21(4), 395-413. doi:10.1163/15685306-12341284 disponible en: https://brill.com/abstract/journals/soan/21/4/article-p395_5.xml

68. Rochdale Pioneers Museum. (2018) *1844 Rule Book*. Disponible en: https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/1844-rule-book/

69. Rowlands, M., & Campling, J. (2002). *Animal rights.* Estados Unidos, Houndmills: Palgrave Macmillan.

70. Ryder, R. (2000). *Animal revolution.* Reino Unido, Oxford: New York.

71. Secretaría de Desarrollo Social (2017). *Programa de Fomento a la Economía Social.* Disponible en: https://www.gob.mx/sedesol/acciones-y-programas/programa-de-fomento-a-la-economia-social

72. Sinclair, U. (2012). *La jungla*. España. Madrid: Capitán Swing Libros.

73. Smith, A., & Rodríguez Braun, C. (2013). *La teoría de los sentimientos morales*. España, Madrid: Alianza Editorial.

74. Smith, A., y Rodríguez Braun, C. (2014). *La riqueza de las naciones*. España, Madrid: Alianza Editorial.

75. Spicker, P. Álvarez, S. y Gordon, D. (Eds.). (2009). *Pobreza un glosario internacional*. Buenos Aires: Clacso.

76. Streeck, W. (2017). *How will capitalism end?* Reino Unido, Londres: Verso.

77. Sunstein, C., Nussbaum, M., Wise, S., Posner, R., Singer, P., & Diamond, C. et al. (2006). *Animal rights*. Estados Unidos. New York: Oxford University Press.

78. Thatcher, M. (1987) *Interview for Woman's Own ("no such thing as society")*. Margaret Thatcher Foundation. (2019). Disponible en: https://www.margaretthatcher.org/document/106689

79. The Fenwick Weavers Society. (2018). History. Disponible en: http://fenwickweaverscooperative.com/frenwick-weavers-society/history/

80. The Vegan Society (1951) *History of Vegetarianism* - IVU History. Disponible en: https://ivu.org/history/world-forum/1951vegan.html

81. The Working World | Non-extractive Finance for Worker Cooperatives. (2019). Disponible en: https://www.theworkingworld.org/us/

82. Tolstoi, L. (1900). *First Step: An Essay on the Morals of Diet, to which are Added Two Stories.* Disponible en: https://archive.org/details/ firststepanessa00 maudgoog/page/n9
83. Transformative concepts for unprecedented times? *Making Waves* No. 18, pp. 9-15. Disponible en: http://base.socioeco.org/docs/lewis-swinney.pdf
84. Vegan Feminist Network (2018). *What is Intersectionality?* Disponible en: http://veganfeministnetwork.com/what-is-intersectionality
85. Victor, K., y Barnard, A. (2016). *Slaughtering for a living: A hermeneutic phenomenological perspective on the well-being of slaughterhouse employees.* International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being, 11(1), 30266. doi:10.3402/qhw.v11.30266. Disponible en: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/ articles/PMC4841092/
86. Wasley, A., Cook, C., y Jones, N. (2018). *Two amputations a week: The high cost of working in a US meat plant*. Disponible en: https://www.thebureauinvestigates.com /stories/2018-07-05/us-meat-plant-injuries
87. Woke Foods. (2019). Disponible en: https://www.wokefoods.com
88. Wolff, R., Resnick, S. (2012). *Contending Economic Theories*. Cambridge, EU: MIT Press.
89. World Bank (2017) *GDP growth (annual %)* Disponible en: https://data.worldbank.org/indicator/ny.gdp.mktp.kd.zg
90. Wrenn, C. L., & Collins, F. (2012). *Applying Social Movement Theory to Nonhuman Rights Mobilization and the Importance of faction Hierarchies*. Estados Unidos: Peace Studies Journal
91. Wright, L. (2015). *The vegan studies project*. Estados Unidos. Athens, Georgia: University of Georgia Press.