

CES
COOPERATIVISMO E ECONOMÍA SOCIAL
Núm. 46 (2023-2024), págs. 87-115
ISSN: 1130-2682

**DEBATE SOBRE CÓMO EL CONSUMO
SOCIALMENTE RESPONSABLE SE HA
VINCULADO CON LA ECONOMÍA SOCIAL**

*DEBATE ON HOW SOCIALLY RESPONSIBLE CONSUMPTION
HAS BEEN LINKED TO THE SOCIAL ECONOMY*

FRANCISCO DE BORJA GARCIA-GARCIA*

ELBA LUCIA FILGUEIRA-MUÑOZ**

ESTHER HARO***

HECTOR BARRIENTOS****

Recepción: 05/02/2024 - Aceptación: 16/09/2024

* Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile. Correo electrónico: francisco.garcia@uach.cl

** Universidad de Sevilla, España. Correo electrónico: elbfilmun@alum.us.es

*** Universidad Alfonso X El Sabio, Madrid, España. Correo electrónico: eharocar@uax.es

**** Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile. Correo electrónico: hector.barrientos@alum.uach.cl

RESUMEN

La economía social y el consumo socialmente responsable representan enfoques alternativos al paradigma económico convencional, compartiendo una orientación hacia prácticas económicas éticas y sostenibles. La economía social busca fomentar la cooperación, equidad e inclusión en la producción y distribución de bienes y servicios, mientras que el consumo responsable implica decisiones informadas que consideran aspectos éticos y ambientales en la adquisición de productos. Este artículo se enfoca en examinar ambos conceptos a través de una revisión cronológica de la literatura y un análisis de redes de coocurrencia de palabras. La revisión de la literatura resalta la evolución de ambas corrientes a lo largo del tiempo, desde sus raíces históricas hasta su relevancia contemporánea en la economía global. El análisis de redes de coocurrencia de palabras identifica las temáticas relacionadas a ambas corrientes y busca establecer conexiones teóricas entre ellas. Los resultados destacan los puntos de encuentro entre el consumidor responsable y el productor de economía social, como la sustentabilidad, el desarrollo social y la Agenda 2030.

PALABRAS CLAVE: Economía Social; Consumo Socialmente Responsable; Sostenibilidad; Responsabilidad Corporativa

ABSTRACT

Social Economy and Socially Responsible Consumption represent alternative approaches to the conventional economic paradigm, sharing an orientation towards ethical and sustainable economic practices. The Social Economy seeks to promote cooperation, equity and inclusion in the production and distribution of goods and services, while responsible consumption involves informed decisions that consider ethical and environmental aspects in the acquisition of products. This paper focuses on examining both concepts through a chronological literature review and a word co-occurrence network analysis. The literature review traces the historical origins of both approaches and highlights their contemporary relevance in the global economy. The analysis of word co-occurrence networks identifies the keywords related to both approaches and seeks to establish theoretical connections between them. The findings underscore common ground between responsible consumers and social economy producers, including sustainability, social development, and the 2030 Agenda.

KEYWORDS: Social Economy; Socially Responsible Consumption; Sustainability; Corporate Responsibility.

JEL Clasificación: A13, B55; L31; M14.

SUMARIO: 1. INTRODUCCIÓN. 2. METODOLOGÍA. 3. ORIGEN Y REFERENTE TEÓRICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL. 4. ORIGEN Y REFERENTE TEÓRICO DEL CONSUMO SOCIALMENTE RESPONSABLE. 5. ANÁLISIS DE COOCURRENCIA DE PALABRAS. 6. DISCUSIÓN 7. CONCLUSIONES. 8. BIBLIOGRAFÍA.

I INTRODUCCIÓN

En la década de los setenta del Siglo XX empezaron a tomar mayor importancia nuevas corrientes económicas que planteaban introducir la ética en los modelos de producción, como la Economía Social (ES) o el Consumo Socialmente Responsable (CSR)¹. Ambos conceptos originariamente se forjaron en Europa, donde existían dos corrientes económicas muy dispares: una en el Este, liderado por la Unión Soviética, donde se mantiene el modelo de economía planificada basada en las políticas marxistas²; mientras que el otro modelo estaba formado por los países democráticos occidentales, donde priman los Estados de Bienestar basados en la corriente keynesiana³. La crisis económica de los años setenta debilitó el crecimiento económico de la gran mayoría de los países occidentales y puso en entredicho tanto las políticas keynesianas que habían adoptado muchos países tras la Segunda Guerra Mundial como la sustentabilidad de sus modelos de consumo⁴. La recesión económica, la subida del precio del petróleo, el endeudamiento público y la inflación, disminuyeron la confianza en los Estados que, lentamente, se mostraron incapaces de controlar la economía como en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial⁵. La cri-

¹ José Coraggio, «La Presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su Institucionalización en América Latina», en *Potential and Limits of Social and Solidarity Economy* (Geneva: United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD), 2013); Enrique Bianchi, Silvina Ferreyra, y Graciela Kosiak de Gesualdo, «Consumo Responsable: Diagnóstico y Análisis Comparativo en la Argentina y Uruguay», *Escritos Contables y de Administración* 4, n.º 1 (2015): 43-79, <https://doi.org/10.52292/j.eca.2013.280>.

² Diego Guerrero, *Historia del Pensamiento económico heterodoxo* (eumed.net, 2004); Alfonso Morales, «La democracia industrial en España: orígenes y desarrollo de las empresas de trabajo asociado en el Siglo XX», *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 44 (2003): 137-73; Raquel Puentes y María Velasco, «Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable», *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, n.º 99 (2009): 104-29.

³ María Fonte y Ivan Cucco, «Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards a social economy in agriculture», *Journal of Rural Studies* 53 (1 de julio de 2017): 291-302, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.01.019>; Enekoitz Etxezarreta et al., «Innovación Social, Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria», *Papeles de Economía Solidaria* 5 (2015): 32.

⁴ James R. Crotty, «Owner-Manager Conflict and Financial Theories of Investment Instability: A Critical Assessment of Keynes, Tobin, and Minsky», *Journal of Post Keynesian Economics* 12, n.º 4 (julio de 1990): 519-42, <https://doi.org/10.1080/01603477.1990.11489816>.

⁵ Guerrero, *Historia del Pensamiento económico heterodoxo*; Francisco J Medina-Albaladejo y Josep Pujol-Andreu, «Cooperativas de consumo y niveles de vida, España 1865-1939: Una primera

sis derivó en un descenso del rol del Estado dentro de la economía, apartándose paulatinamente del pensamiento keynesiano y motivando diversas movilizaciones sociales de ecologistas, pacifistas y anticapitalistas, entre otras⁶. Además, entre la población de la época, surgirían las revoluciones sociales, entre las que destacan las primeras revoluciones verdes como consecuencia de una mayor concienciación de quienes demandaban modelos productivos que tuvieran un bajo impacto medioambiental y garantizaran justas condiciones laborales, especialmente, para los países en vías de desarrollo⁷. Los Estados tras la crisis del setenta dejarían de priorizar algunas demandas sociales, como la asistencia a las personas en riesgo de exclusión social y la lucha por el pleno empleo. En ese espacio de intervención abandonado por la intervención gubernamental, la ES y el CSR adquirieron una especial dimensión tomando la función de satisfacer necesidades o demandas sociales que no eran cubiertas por las empresas capitalistas ni por el gobierno dando origen la ES y el CSR⁸.

Por un lado, el movimiento de CSR tiene sus raíces en un sector de la sociedad, particularmente entre aquellos denominados consumidores verdes o consientes, quienes cuestionan las formas de producción y consumo tradicional⁹. El concepto de CSR comienza a consolidarse en diferentes estudios, como los de Webster¹⁰ o

aproximación», *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 18 (2014); Antonio Vázquez-Barquero, «Reflexiones teóricas sobre la relación entre desarrollo endógeno y economía social», *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica* 1 (2018): 11-22.

⁶ Saúl Gaviola, «Los Ciclos y las Crisis en los Clásicos y Marx», *Revista de estudios interculturales*, n.º 1 (2015): 42-66.

⁷ R. E. Evenson y D. Gollin, «Assessing the impact of the Green Revolution, 1960 to 2000», *Science* (American Association for the Advancement of Science, 2 de mayo de 2003), <https://doi.org/10.1126/science.1078710>.

⁸ Oscar Bastidas-Delgado y Madeleine Richer, «Economía social y economía solidaria: Intento de definición», *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social* 1, n.º 1 (2001); Rafael Chaves y José Monzón, «Panorama de la investigación en Economía Social», *Estudios de Economía Aplicada* 26, n.º 1 (2008): 29-55; Carmen Marcuello y María Saz, «Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico», *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, n.º 94 (2008): 59-79; Alejandro Martínez-Charterina, «Los valores y los principios cooperativos», *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, n.º 61 (1995): 35-46; José Monzón, «El cooperativismo en la historia de la literatura económica», *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 44 (2003): 9-32; José Monzón y Rafael Chaves, «La Economía Social en la Unión Europea», 1987.

⁹ Blanca Nubia-Arias, «El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental», *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería* 4, n.º 1 (1 de enero de 2016): 29-34, <https://doi.org/10.15649/2346030X.385>.

¹⁰ Frederick E. Webster, «Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer», *Journal of Consumer Research* 2, n.º 3 (1975): 188-96, <https://doi.org/10.1086/208631>.

Brooker¹¹, debido al interés por conocer cuáles eran las motivaciones de los consumidores denominados ‘responsables’.

Por otro lado, en Francia, a finales de la década de los 70 del siglo XX, surgió el concepto de Economía Social (ES). Autores destacados como Polanyi¹² o Coraggio¹³ comenzaron a estudiar la existencia de actores productivos privados que priorizaban las necesidades humanas por encima de la rentabilidad del capital invertido, lo que marcó un cambio significativo en el paradigma de las empresas capitalistas clásicas. En consecuencia, desde sus orígenes, a diferencia de las empresas de naturaleza más tradicional, la ES incorporó la ética en la producción como un elemento fundamental. Esta incorporación de principios éticos exigió una producción responsable que pusiera las necesidades humanas en primer plano, por encima de las consideraciones puramente económicas. Este concepto evolucionaría con el tiempo, dando lugar a diversas corrientes, como la Economía Solidaria y la Nueva Economía Social.

Tanto el CSR como la ES cuestionan los modelos de producción tradicional buscando sistemas de producción éticos que motiven en desarrollo social, económico y medioambientalmente sostenible. Por ello, y debido a su capacidad de abordar demandas sociales, ambas corrientes han adquirido una creciente importancia en la formulación de planes y políticas públicas relacionadas con el desarrollo sostenible. Sin embargo, cabe preguntarse si estos dos conceptos están interconectados: ¿Pueden las empresas de ES satisfacer las demandas de los consumidores responsables? ¿Debería el CSR fomentar la creación y existencia de empresas con objetivos sociales? ¿Son dos fenómenos independientes que, a pesar de su enfoque ético, no están estrechamente relacionados?

En este contexto, el propósito principal de este artículo es enriquecer el campo de estudio mediante una revisión histórica de la ES y el CSR. Esta revisión tiene como primer objetivo establecer las bases teóricas de ambas corrientes y, además, realizar un análisis que permita identificar posibles puntos de convergencia entre estos dos conceptos. Asimismo, se busca promover una discusión sobre cómo la Economía Social podría presentarse como una solución o alternativa viable para los consumidores responsables que buscan opciones de productos alineadas con sus valores éticos y ambientales.

Con este fin, se empleó una metodología descriptiva observacional que incluye una revisión histórica de la literatura, así como un análisis de coocurrencia de palabras relacionadas con la ES y el CSR, utilizando una red de palabras

¹¹ George Brooker, «The Self-Actualizing Socially Conscious Consumer», *Journal of Consumer Research* 3, n.º 2 (1976): 107, <https://doi.org/10.1086/208658>.

¹² Karl Polanyi, «The Economic Fallacy», *Review (Fernand Braudel Center)* 1, n.º 1 (1977): 9-18.

¹³ José Coraggio, *Sobre la espacialidad social y el concepto de región, Avances de Investigación*, Vol. 3 (Centro de Estudios Económicos y Demográficos, El Colegio de México, 1979).

clave y un diagrama de Sankey. Esta técnica se utiliza para comprender la estructura semántica y las conexiones conceptuales entre palabras en un conjunto de datos de texto, lo que resulta especialmente valioso para tareas como la extracción de información, la agrupación de temas y la detección de patrones de asociación en grandes cantidades de texto. Se llevaron a cabo búsquedas en las bases de datos de Web of Science (WoS) y Scopus para identificar, categorizar y analizar la evolución de las investigaciones más relevantes relacionadas con ambos conceptos.

La estructura de este artículo se divide en cinco secciones principales. La segunda sección detalla la metodología utilizada en el estudio. A continuación, en la tercera sección, se presenta una revisión histórica de la literatura relevante. La cuarta sección se enfoca en un análisis de coocurrencia de palabras. La quinta sección constituye la discusión principal del estudio. Finalmente, se presentan las conclusiones, se abordan las limitaciones del estudio y se propone una agenda para futuras investigaciones en el ámbito de la Economía Social (ES) y la Responsabilidad Social Corporativa (CSR).

2 METODOLOGÍA

La metodología empleada en este estudio es de naturaleza observacional descriptiva y se compone de dos componentes principales:

2.1 Revisión bibliográfica de carácter cronológico

En este artículo se realiza una revisión histórica de la literatura abordando de forma independiente los conceptos de Consumo Responsable y Economía Social. En ambas revisiones, se adopta un enfoque cronológico y se pone foco en la literatura académica disponible en bases digitales específicas, como WOS, SCOPUS, JSTOR, Redalyc, Scielo y Dialnet.

La elección de llevar a cabo una revisión histórica se basa en la idea de que esta metodología permite analizar la evolución de los conceptos a lo largo del tiempo. Esto, a su vez, facilita un análisis más profundo y enriquecedor, así como un debate más fundamentado. Para lograr este objetivo, se decide abordar la revisión de artículos publicados desde la década de 1960, que marca el período de origen de los diferentes conceptos relevantes, hasta el año 2022.

Esta metodología de revisión bibliográfica proporciona una visión integral y contextualizada de los estudios literarios y empíricos relacionados con los temas de la ES y el CSR, abarcando un amplio rango de tiempo y fuentes de datos, contribuyendo significativamente a una comprensión más profunda de la evolución de estos conceptos y su relevancia en la actualidad.

2.2 Análisis de coocurrencia de palabras

En el segundo paso del estudio, se llevó a cabo un análisis de producción y mapeo científico utilizando métodos bibliométricos basados en el análisis de coocurrencia de palabras, como sugirieron Zupic y Čater (2015). Para este análisis, se utilizaron los registros de las bases de datos Web of Science (WoS) y Scopus de manera conjunta. La elección de combinar estas dos bases de datos se basa en la idea de obtener una visión más amplia de diversas áreas de conocimiento¹⁴. Además, tanto WoS como Scopus son ampliamente reconocidas a nivel mundial y se consideran las más completas y relevantes en el ámbito académico¹⁵.

Se seleccionaron todos los artículos que contenían las palabras clave «Economía Social» y «Consumo Socialmente Responsable» para este análisis. Para procesar la información recopilada, se eliminaron los duplicados y se extrajeron las palabras clave de cada artículo, lo que permitió realizar un análisis de coocurrencia de palabras.

Para llevar a cabo este análisis, se utilizó el software Gephi y se aplicaron conceptos de teoría de grafos¹⁶. Esto facilitó la creación de una red de coocurrencia de palabras, lo que permitió visualizar las relaciones entre las palabras clave utilizadas en los artículos. Para complementar este análisis y mejorar la comprensión de las conexiones entre las palabras clave relacionadas con la Economía Social y el Consumo Responsable, se generó un gráfico Sankey, que proporciona una representación visual efectiva de estas relaciones.

3 ORIGEN Y REFERENTE TEÓRICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL

La Economía Social (ES) puede ser definida como una actividad que agrupa a organizaciones o empresas que priorizan satisfacer una necesidad social por encima de encontrar rentabilidad al capital aportado¹⁷. Esta corriente actualmente está conformada por las Sociedades mutuales, Asociaciones y organizaciones comunitarias, Empresas sociales, Fundaciones, Redes de intercambio y trueque,

¹⁴ Saïd Eehchakoui, «Why and how to merge Scopus and Web of Science during bibliometric analysis: the case of sales force literature from 1912 to 2019», *Journal of Marketing Analytics* 2020 8:3 8, n.º 3 (29 de junio de 2020): 165-84, <https://doi.org/10.1057/S41270-020-00081-9>.

¹⁵ Junwen Zhu y Weishu Liu, «A tale of two databases: the use of Web of Science and Scopus in academic papers», *Scientometrics* 123, n.º 1 (22 de febrero de 2020): 321-35, <https://doi.org/10.1007/S11192-020-03387-8>.

¹⁶ Ivan Zupic y Tomaž Čater, «Bibliometric Methods in Management and Organization», *Organizational Research Methods* 18, n.º 3 (22 de julio de 2015): 429-72, <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>.

¹⁷ José Barea y José Monzón, «La economía social desde una perspectiva española», *Ekonomiaz. Revista Vasca de Economía*, n.º 33 (1995): 140-53.

Banca ética, Empresas recuperadas y Cooperativas, entre otras¹⁸. Sin embargo, el concepto de ES ha ido variando conforme cambiaban las necesidades sociales, convirtiéndose en un concepto amoldable a las necesidades socioeconómicas del entorno.

La ES, durante los años setenta, surge con la finalidad de paliar las demandas sociales surgidas por los problemas del modelo económico neoliberal en los países occidentales. El objetivo de las empresas de ES era mitigar demandas de las que no se encargaba ni el Estado ni las empresas¹⁹. La ES emergería como un movimiento económico orientado a satisfacer las nuevas demandas sociales que habría originado la crisis de los años setenta orientados en la autoayuda, en la solidaridad, la democracia y la ética productiva²⁰.

En este contexto, las empresas de ES han ayudado en mejorar el desarrollo territorial y aumentar la calidad de vida de los ciudadanos, ya que, de manera indirecta, se preocupan por el desarrollo humano y sostenible²¹. También se han caracterizado por ser empresas que generan recursos locales y promueven el desarrollo endógeno, constituyéndose desde la iniciativa privada, en zonas muy localizadas y satisfaciendo a focos sociales muy concretos²².

¹⁸ Mario Radrigán et al., «Economía Social y su impacto en la generación de empleo: Claves para un desarrollo con equidad en América Latina – El caso de Chile», 2008; Coraggio, «La Presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su Institucionalización en América Latina».

¹⁹ Chaves y Monzón, «Panorama de la investigación en Economía Social»; Danièle Demoustier et al., «L'entreprise collective: unité et diversité de l'économie sociale et solidaire», *RECMA*, n.º 290 (2003), <https://doi.org/10.7202/1022160ar>; Jean Louis Laville, Benoît Lévesque, y Marguerite Mendell, «The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada», en *he Social Economy as a Tool of Social Innovation and Local Development. Background Report* (OCDE, 2005), 125-73; Vicente Marbán-Gallego y Gregorio Rodríguez-Cabrero, «Estado de bienestar y tercer sector social en España: el estado de la investigación social», *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 56 (2006): 117-40; José Monzón, Mario Radrigán, y Catalina Careaga, eds., *Economía Social y su impacto en la generación de empleo. Claves para un desarrollo con equidad en América Latina. Estudios referidos a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España y Uruguay* (Madrid: Fundación Iberoamericana de Economía Social, 2010); Mario Radrigán, «Situación y proyecciones de la Economía Social en Chile», en *Anuario Iberoamericano de la Economía Social*, ed. Juan Fernando Alvarez, Carmen Marcuello, y Jorge De Sá (CIRIEC-España, 2018), 41-54; Allen Scott, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities* (New York: Oxford University Press, 2008).

²⁰ José Barea y José Monzón, «Economía social e inserción laboral de las personas con discapacidad en el País Vasco», 2008; Benoît Lévesque, «De la economía social a la economía solidaria y plural», *CRISES. Centre de recherche sur les innovations sociales*, 2003.

²¹ Vázquez-Barquero, «Reflexiones teóricas sobre la relación entre desarrollo endógeno y economía social».

²² María José Mora y Francisco Rafael Martínez, «Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social», *Equidad y Desarrollo*, n.º 31 (2018): 27-46, <https://doi.org/10.19052/ed.4375>; Vázquez-Barquero, «Reflexiones teóricas sobre la relación entre desarrollo endógeno y economía social»; Francisco García-García, «Debate sobre la inclusión del cooperativismo

Debido al potencial que estas empresas tienen para mejorar las condiciones sociales de la población, especialmente en la década de los 80 del siglo XX, los gobiernos vieron la necesidad de brindarles apoyo. Francia fue pionera en este aspecto al promulgar la Ley de Economía Social en 1983²³. Además, desde la perspectiva académica, autores como Laville²⁴ y Desroche²⁵ desempeñaron un papel fundamental al explorar este campo.

En Europa, la influencia de la iniciativa francesa, que otorgó un reconocimiento normativo explícito a la Economía Social, llevó a gobiernos de diferentes tendencias a reconocer a este tipo de organizaciones como empresas beneficiosas para el desarrollo, las cuáles había que intentar promover²⁶. Por consiguiente, durante la década de los 90, las obras Desroche²⁷, Laville²⁸ y Habermas²⁹ profundizaron en cómo la intervención del Estado afecta a las empresas de ES.

Por un lado, Desroche³⁰ abogaba por una clara separación entre el mercado, el Estado y las empresas de la ES. Sostenía que estas empresas necesitan de una iniciativa privada altruista y endógena que las separe de la esfera pública y las diferencie de otras empresas capitalistas y de los sindicatos. De esta manera, Desroche plantea una frontera entre lo social, lo estatal, lo sindical y lo comercial.

En contraste, Laville³¹ argumentaba que la ES tiene un carácter demandante y reivindicativo subrayando su cercanía a las clases más desfavorecidas. Por lo tanto, planteaba que el Estado debe intervenir y colaborar activamente con la Economía Social. Su enfoque se basaba en la perspectiva de Karl Polanyi³² sobre la economía sustantiva, que se entiende como el sistema de instituciones, prácticas y

mo dentro de las políticas de la nueva ruralidad en América Latina», *Panorama Económico* 25, n.º 3 (2017): 357-80.

²³ J. Manoa, Ch. Vienney, y D. Rault, «Les institutions de l'économie sociale en France.», en *Économie Sociale. Entre Économie Capitaliste et Économie Publique. The Third Sector: Cooperative, Mutual, and Nonprofit Organizations*, ed. Jacques Defourny y José Monzón (Bruxelles: Boeck-Wesmael, 1992); Anne Marie Wautier, «Economía Social en Francia», en *La otra economía*, ed. Antonio Cattani (Fundación OSDE, 2003).

²⁴ Jean Louis Laville, *L'économie solidaire, une perspective internationale* (Paris: Desclée de Brouwer, 1994).

²⁵ Henri Desroche, *Histoires d'économies sociales: d'un tiers état aux tiers secteurs 1791-1991* (Paris: Syros-Alternatives, 1991).

²⁶ José Barea y José Monzón, *Libro Blanco de la Economía Social en España* (Madrid: Informes del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1992).

²⁷ Desroche, *Histoires d'économies sociales: d'un tiers état aux tiers secteurs 1791-1991*.

²⁸ Laville, *L'économie solidaire, une perspective internationale*.

²⁹ Jürgen Habermas, *Legitimation Crisis* (Cambridge: Polity, 1988).

³⁰ Desroche, *Histoires d'économies sociales: d'un tiers état aux tiers secteurs 1791-1991*.

³¹ Laville, *L'économie solidaire, une perspective internationale*.

³² Karl Polanyi, *La grande transformación*, vol. 39 (Paris: Gallimard, 1983).

valores que una sociedad utiliza para abordar las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros de la manera más efectiva posible, distinguiendo cuatro grandes principios económicos.

- El principio de administración doméstica. Redistribución basada en clanes o grupos.
- El principio de reciprocidad. Los individuos están dispuestos a dar según lo que reciben, creando relaciones basadas en los intercambios equitativos.
- El principio del mercado. Permite el encuentro entre una oferta y una demanda de bienes y servicios intercambiados mediante la fijación de precios.
- El principio de redistribución. La producción se entrega a una autoridad central que tiene la responsabilidad de repartirla, lo que supone la existencia de reglas y procedimientos que rigen esta repartición.

A partir del trabajo desarrollado por Polanyi, Laville desarrolla una comprensión más profunda de la ES, al considerar que se compone de la interacción de recursos de la administración doméstica, la reciprocidad estatal y la construcción conjunta de la oferta y la demanda entre Estado y las empresas de ES³³. En este enfoque, Laville propuso una perspectiva que difiere de la visión de Desroche, abogando por una colaboración activa entre las empresas sociales y el Estado con el objetivo de promover el desarrollo a escala humana³⁴.

A raíz de esta discusión académica, durante la primera década del siglo XXI, se formarían dos corrientes en el campo de ES; la Nueva Economía Social basada en la visión de Desroche, y la Economía Solidaria, cercana a la visión de Laville.

Por un lado, la Nueva Economía Social se define como un conjunto de empresas privadas que priorizan el bienestar de sus socios sobre los objetivos eco-

³³ José Barea, «Constitución y nueva Economía Social», *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 47 (2003): 137-48; Constantine Iliopoulos y Vladislav Valentinov, «Member preference heterogeneity and system-lifeworld dichotomy in cooperatives», *Journal of Organizational Change Management* 30, n.º 7 (13 de noviembre de 2017): 1063-80, <https://doi.org/10.1108/JOCM-12-2016-0262>; Jean Louis Laville, «The social and solidarity economy: A theoretical and plural framework», en *Social Enterprise and the Third Sector. Changing European Landscapes in a Comparative Perspective*, ed. Jacques Defourny, Lars Hulgård, y Victor Pestoff, 1st editio (London: Routledge, 2014), <https://doi.org/10.4324/9780203487747-14>; Laville, Lévesque, y Mendell, «The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada».

³⁴ Laville, Lévesque, y Mendell, «The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada»; Marthe Nyssens, «Popular economy in the south, third sector in the north: Are they signs of a germinating economy of solidarity?», *Annals of Public and Cooperative Economics* 68, n.º 2 (junio de 1997): 171-200, <https://doi.org/10.1111/1467-8292.00042>.

nómicos de la organización³⁵. Este tipo de empresas se centran en objetivos muy concretos, como el autoempleo, la asistencia a personas en riesgo de exclusión social o la provisión de servicios básicos. Está formada por empresas Cooperativas, Sociedades Laborales y Mutuales, y se definen por ser constituidas desde la iniciativa privada y tener completa autonomía del Estado³⁶. La participación del Gobierno en este tipo de empresas se limita a la implementación de normativas y, en ocasiones, a la creación de condiciones favorables a nivel fiscal –como exenciones tributarias–, o a nivel financiero –subvenciones o ayudas puntuales– pero sin intervenir en la gestión interna de estas empresas³⁷. En consecuencia, la Nueva Economía Social está más centrada en solventar las demandas sociales concretas de sus socios que en el bienestar común. Por ello, la Nueva Economía Social se presenta como una herramienta para que colectivos, con demandas sociales comunes, puedan cooperar y colaborar para poder autoayudarse, con el apoyo indirecto del Estado y bajo una personalidad jurídica específica³⁸. Sin embargo, este enfoque también implica que las empresas de la Nueva Economía Social compitan en el mercado con empresas de corte capitalista, lo que requiere que, además de satisfacer demandas sociales, sean rentables³⁹. Un claro ejemplo de esto son las empresas de la economía social en España y Portugal, donde, aunque pueden beneficiarse de fondos públicos, su gestión sigue siendo autónoma y libre de la intervención del Estado.

Por otro lado, la Economía Solidaria no está enfocada en las iniciativas privadas, como es el caso de la Nueva Economía Social, sino que procura resaltar la noción de proyecto alineando recursos públicos y privados⁴⁰. Se basa en la reciprocidad, es decir, el apoyo mutuo entre el Estado y la sociedad, anteponiendo la lógica

³⁵ Barea, «Constitución y nueva Economía Social»; José Coraggio, «La economía popular es más que la suma de microproyectos (alternativas para el desarrollo humano en un mundo globalizado)», *Política y sociedad* 31, n.º 31 (1999): 133-41; Etxezarreta et al., «Innovación Social, Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria».

³⁶ Barea, «Constitución y nueva Economía Social».

³⁷ Barea.

³⁸ Michael L. Cook, «A life cycle explanation of cooperative longevity», *Sustainability* 10 (2018), <https://doi.org/10.3390/su10051586>; Michael Sykuta y Michael L. Cook, «A New Institutional Economics Approach to Contracts and Cooperatives», *American Journal of Agricultural Economics* 83, n.º 5 (2001): 1273-79, <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/0002-9092.00278>.

³⁹ José Coraggio, *Economía social y Solidaria. El trabajo antes que el Capital*, Diccionario de la otra economía, 1a ed. (Quito: Ediciones Abya-Yala, 2011); Michael Lewis y Dan Swinney, «Social Economy & Solidarity Economy. Transformative Concepts for Unprecedented Times?», en *Solidarity Economy: Building Alternatives for People and Planet*, ed. Jenna Allard, Carl Davidson, y Julie Matthaei (Chicago II: ChangeMaker Publications, 2008), 28-41.

⁴⁰ Luis Razeto, «¿Qué es La Economía Solidaria?», *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, n.º 110 (2010): 47-52.

de la redistribución de manera solidaria y en busca del bien de la comunidad⁴¹. En este sentido, busca recortar la frontera de las empresas de la Economía Social con la actuación estatal⁴², dando lugar a que el Estado ayude a desarrollar iniciativas a partir de fondos gubernamentales y prestando el apoyo en su administración y gestión. Según Coraggio⁴³, la Economía Solidaria tiene un carácter plural que no puede reducirse a lo estrictamente mercantil y monetario. Este enfoque de Economía Solidaria se basa en la articulación entre los tres polos del sistema –Estado, sociedad e industria–, de tal manera que las experiencias concretas de Economía Solidaria constituyen formas híbridas de economía de mercado (venta de bienes y servicios), de no mercado (subvenciones públicas, donaciones y cuotas) o no monetarias (voluntariado)⁴⁴.

Cuadro 1. Comparación entre las corrientes de la Economía Social

CARACTERÍSTICAS	NUEVA ECONOMÍA SOCIAL	ECONOMÍA SOLIDARIA
VINCULACIÓN ESTATAL	SEPARACIÓN ENTRE ESTADO Y EMPRESAS SOCIALES (AYUDAS JURÍDICAS)	POLÍTICAS CONJUNTAS (PROYECTOS CONJUNTOS ENTRE INICIATIVAS PRIVADAS Y PÚBLICAS)
FORMAS LEGALES	COOPERATIVAS, MUTUALIDADES	EMPRESAS APOYADAS POR PLANES ESTATALES
ESTRUCTURA COMERCIAL	NECESIDAD DE SER AUTOSUFICIENTE Y RENTABLE FINANCIERAMENTE	AYUDAS ESTATALES DE CORTE PATERNALISTA

Fuente: Elaboración propia.

⁴¹ Coraggio, *Economía social y Solidaria. El trabajo antes que el Capital*.

⁴² Lewis y Swinney, «Social Economy & Solidarity Economy. Transformative Concepts for Unprecedented Times?»

⁴³ Coraggio, «La economía popular es más que la suma de microproyectos (alternativas para el desarrollo humano en un mundo globalizado)».

⁴⁴ Coraggio; Jacques Defourny y Marthe Nyssens, «Social enterprise in Europe: recent trends and developments», *Social Enterprise Journal* 4, n.º 3 (26 de septiembre de 2008): 202-28, <https://doi.org/10.1108/17508610810922703>; Frank Moulaert y Oana Ailenei, «Social economy, third sector and solidarity relations: A conceptual synthesis from history to present», *Urban Studies* 42, n.º 11 (2 de julio de 2005): 2037-53, <https://doi.org/10.1080/00420980500279794>; Nyssens, «Popular economy in the south, third sector in the north: Are they signs of a germinating economy of solidarity?»

En términos generales, se puede considerar que desde el comienzo del siglo XXI la ES está vertebrada en dos principales líneas, Nueva Economía Social y Economía Solidaria, dotándola de cierta heterogeneidad que le permite adaptarse al contexto de cada país y momento histórico, de acuerdo con los cambios en la realidad de su entorno moldeando a las necesidades de sus territorios y en la actualidad, siendo una vía que fomente el desarrollo sostenible⁴⁵.

De esta manera, podemos definir la Economía Social (ES) como un conjunto de organizaciones que se fundamentan en una filosofía de producción específica, donde el enfoque principal recae en «cómo» se realiza una actividad, por encima de «cuánta ganancia se obtiene». Dentro de estas organizaciones, el Estado puede asumir diversos niveles de responsabilidad, lo que nos permite identificar dos subcorrientes principales: la Nueva Economía Social, en la cual el Estado brinda apoyo, pero no interviene en la gestión de estas entidades, y la Economía Solidaria, donde el Estado proporciona un apoyo más directo.

4 ORIGEN Y REFERENTE TEÓRICO DEL CONSUMO SOCIALMENTE RESPONSABLE

El CSR al igual que la ES, también ha sido un concepto socioeconómico que ha ido evolucionando conforme han cambiado la percepción y la ética de los consumidores. Conceptualmente el CSR ha sido entendido como una actitud del consumidor o usuario por consumir productos de manera consciente y crítica con el fin de beneficiar el desarrollo sustentable y las causas sociales⁴⁶. En este sentido, puede ser concebido como una posición ética del consumidor, que busca adquirir un producto o servicio sin que su consumo genere externalidades negativas a su territorio, al medio ambiente, y la sociedad en su conjunto⁴⁷.

El perfil de los consumidores responsables se ha caracterizado por preocuparse de diversos factores al momento de adquirir un producto o servicio, entre los cuales se encuentra la procedencia del producto, la manufactura, el respeto por

⁴⁵ Chaves y Monzón, «Panorama de la investigación en Economía Social»; Michael L. Cook, «The Future of U.S. Agricultural Cooperatives: A Neo-Institutional Approach», *American Journal of Agricultural Economics* 77, n.º 5 (1 de diciembre de 1995): 1153-59, <https://doi.org/10.2307/1243338>; Eric Shragge, ed., *Community Economic Development: In Search of Empowerment and Alternatives* (Black Rose Books, 2000); Ash Amin, Angus Cameron, y Ray Hudson, *Placing the Social Economy* (London: Routledge, 2002), <https://doi.org/10.4324/9780203166123>; Rafael Chaves y José Monzón, «Economía social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas», *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 37 (2001): 7-33; Coraggio, «La economía popular es más que la suma de microproyectos (alternativas para el desarrollo humano en un mundo globalizado)».

⁴⁶ Teresa Arnaiz, «Un consumo responsable por parte de las entidades del sector público», *Opción* Año 36, n.º 93-2 (2020): 834-63.

⁴⁷ Bianchi, Ferreyra, y Kosiak de Gesualdo, «Consumo Responsable: Diagnóstico y Análisis Comparativo en la Argentina y Uruguay».

los derechos humanos, las políticas bélicas de los países, el uso experimental de animales y las donaciones políticas⁴⁸. Sin embargo, el concepto y la ética sobre lo que puede considerarse como CSR ha evolucionado conforme varían las sensibilidades de algunos grupos de consumo.

Los primeros intentos de abordar el CSR se remontan al trabajo de Berkowitz y Luttermann⁴⁹, quienes buscaron medir de manera cuantificable la responsabilidad de los consumidores, definiendo un perfil incipiente de CSR a través de la personalidad de los individuos. Estos autores establecieron relaciones entre el CSR y variables demográficas específicas, identificando al consumidor responsable según edad, género, nivel de estudios o capacidad adquisitiva, buscando generar una escala de valores que identifique al consumidor responsable por motivos de Marketing.

Sin embargo, Anderson y Cunningham⁵⁰ concluyeron que poseer un perfil de consumidor responsable no garantiza necesariamente que se lleve a cabo un consumo responsable en la práctica. Es decir, incluso cuando una persona cumple con los criterios éticos y económicos asociados a un consumidor responsable, puede no reflejar estas cualidades en sus actos cotidianos, lo cual revela la existencia de discrepancias entre las declaraciones y las acciones de los consumidores. Webster⁵¹ respalda esta perspectiva al destacar una relación no concluyente entre la psicología del consumidor y el comportamiento responsable.

En esta línea, Antil⁵² profundiza en el concepto de Consumidor Responsable para entender que separación existe entre lo que el consumidor dice y hace. Según Antil⁵³, los consumidores en términos generales quieren producciones responsables, aunque no siempre están dispuestos a pagar más para ello. Esto plantea que, aunque los consumidores manifiesten su interés por la responsabilidad en la producción, su disposición a respaldar esta causa con sus recursos financieros puede ser limitada. Como resultado, los consumidores responsables comienzan a exigir una mayor intervención estatal no solo en la regulación de la oferta, sino también

⁴⁸ Rocío García Bustamante et al., «EXPERIENCES OF SOLIDARITY ECONOMY AND RESPONSIBLE CONSUMPTION IN AGROECOLOGICAL MARKETS IN MEXICO: LEARNING AND CHALLENGES», *Organizações Rurais & Agroindustriais* 22, n.º 2 (17 de mayo de 2020): e1575, <https://doi.org/10.48142/2220201575>.

⁴⁹ Leonard Berkowitz y Kenneth G. Lutterman, «The traditional socially responsible personality», *Public Opinion Quarterly* 32, n.º 2 (1968): 169-85, <https://doi.org/10.1086/267597>.

⁵⁰ W. Thomas Anderson y William H. Cunningham, «The Socially Conscious Consumer», *Journal of Marketing* 36, n.º 3 (julio de 1972): 23, <https://doi.org/10.2307/1251036>.

⁵¹ Webster, «Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer».

⁵² John H. Antil, «Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy», *Journal of Macromarketing* 4, n.º 2 (1 de diciembre de 1984): 18-39, <https://doi.org/10.1177/027614678400400203>.

⁵³ Antil.

en la formulación de políticas públicas relacionadas con la producción⁵⁴. De esta manera, durante la década de los noventa se produce un cambio paulatino de paradigma en el entendimiento de lo que se considera Consumidor Responsable, reconociendo que todos los consumidores, en mayor o menor medida, son responsables. Además, se estableció la relación entre el CSR y el rol del Estado en la intervención en la producción⁵⁵.

Más adelante, Alwitt y Pitts⁵⁶ consideraron relevante integrar una dimensión ecológica al CSR. Posteriormente, Straughan y Roberts⁵⁷ actualizaron el perfil del consumidor integrando en el CSR la dimensión del consumidor ecológicamente consciente, y por lo tanto, la exigencia productos cuya producción genere un bajo impacto medioambiental.

Esta preocupación medioambiental se intensifica en la década del 2000, convirtiendo el CSR en un fenómeno colectivo, derivando en que las empresas, especialmente las grandes marcas, tuvieran que incorporar la Responsabilidad Empresarial entre su gestión, principalmente para mantener una imagen favorable ante el público. Esto coincide con la preferencia de los consumidores hacia marcas que muestran tener prácticas de Responsabilidad Empresarial, reflejado en una producción medioambientalmente responsable y en garantías laborales a sus trabajadores⁵⁸.

En este contexto, Mohr y Webb⁵⁹ investigan cómo el comportamiento del consumidor influye en las campañas de Responsabilidad Empresarial. Como resultado, visualizaron que algunos sectores de consumidores muestran una preferencia en el uso de productos y servicios producidos de manera responsable, dotándolas de un mayor posicionamiento de marca.

⁵⁴ Dominick Salvatore, *Microeconomía*, 1997; Steven P. Schnaars, *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor* (Díaz de Santos, 1993).

⁵⁵ Salvatore, *Microeconomía*; Schnaars, *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*.

⁵⁶ Linda F. Alwitt y Robert E. Pitts, «Predicting Purchase Intentions for an Environmentally Sensitive Product», *Journal of Consumer Psychology* 5, n.º 1 (1 de enero de 1996): 49-64, https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0501_03.socially concerned marketers and public policy makers still appeal to general environmental concern (GEC

⁵⁷ Robert D. Straughan y James A. Roberts, «Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium», *Journal of Consumer Marketing* 16, n.º 6 (1999): 558-75, <https://doi.org/10.1108/07363769910297506>.

⁵⁸ Lois A. Mohr, Deborah J. Webb, y Katherine E. Harris, «Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior», *Journal of Consumer Affairs* 35, n.º 1 (1 de junio de 2001): 45-72, <https://doi.org/10.1111/J.1745-6606.2001.TB00102.X>.

⁵⁹ Lois A. Mohr y Deborah J. Webb, «The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses», *Journal of Consumer Affairs* 39, n.º 1 (2005): 121-47, <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00006.x>.

Basándose en investigaciones previas, Webb et al.,⁶⁰ generan una escala de medición de CSR, la “Compra y Disposición Socialmente Responsable (SRPD, por sus siglas en inglés)”. La SRPD está conformada por cuatro dimensiones; “*Desempeño en responsabilidad social corporativa; Reciclaje y manejo de residuos; Reducción del uso de determinados productos o servicios que tienen impacto sobre el medio ambiente y la Personalidad responsable en la decisión de compra*”.

Por su parte, Lara⁶¹ también contribuye en la escala del SRPD bajo la dimensión del CSR, enfocándose especialmente en consumidor consciente de aspectos ecológicos, planteándose por primera vez el denominado triángulo de la ecología: reducir, reutilizar y reciclar al concepto del CSR.

Llopis-Goig⁶², amplió la comprensión del CSR al identificar tres ejes fundamentales: reciclaje, banca ética y comercio justo. En este contexto, la banca ética busca incrementar la transparencia de las actividades financieras y dirigir inversiones hacia el sector productivo de la “economía real”, evitando prácticas especulativas y promoviendo un equilibrio social, económico y medioambiental sostenible a largo plazo. Paralelamente, durante la primera década del siglo XX, el CSR se vincula al concepto de «comercio justo», que busca determinar un pago justo por productos o servicios, teniendo en cuenta condiciones laborales equitativas, independientemente de la raza, religión, género o lugar de procedencia.

Durante la segunda década del Siglo XX, el CSR empieza a vincularse plenamente con el desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible es entendido como aquel sistema de producción que genera beneficios económicos, sociales y tienen un bajo impacto medioambiental⁶³. En este sentido, el trabajo de Akehurst et al.⁶⁴ considera que el concepto del CSR beneficia a la sociedad y no especialmente a los consumidores responsables; genera rentabilidades en las empresas que lo practican y comercializan; y además, protege el medioambiente rechazando pro-

⁶⁰ Deborah J. Webb, Lois A. Mohr, y Katherine E. Harris, «A re-examination of socially responsible consumption and its measurement», *Journal of Business Research* 61, n.º 2 (1 de febrero de 2008): 91-98, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.05.007>.

⁶¹ David Lara, «Reducir, reutilizar, reciclar», *Elementos: Ciencia y cultura* 15, n.º 069 (2008): 45-48.

⁶² Ramón Llopis-Goig, «Consumo responsable y globalización reflexiva: un estudio referido al comercio justo en España», *Revista Española del Tercer Sector*, n.º 11 (2009): 145-65.

⁶³ María Victoria Gallino Yanzi y Alba Esther De Bianchetti, «La producción y consumo responsables como objetivos del desarrollo sustentable», en *XV Jornadas y V Internacional de Comunicaciones Científicas de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas UNNE* (Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas, 2019), 333-36; Nubia-Arias, «El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental».

⁶⁴ Gary Akehurst, Carolina Afonso, y Helena Martins Gonçalves, «Re-examining green purchase behaviour and the green consumer profile: New evidences», *Management Decision* 50, n.º 5 (2012): 972-88, <https://doi.org/10.1108/00251741211227726>.

ductos nocivos para la salud, la utilización de envases no ecológicos, que se elaboren productos con materiales dañinos o que se originan en hábitats y especies en peligro.

En este sentido, el auge del CSR ha motivado que la Responsabilidad Social Corporativa haya ido ganando una importancia cada vez mayor, no solo entre los consumidores, sino también entre los productores⁶⁵. En este contexto, las empresas se han visto sometidas a una creciente presión tanto por parte de las esferas públicas como de las sociales para asumir una mayor responsabilidad corporativa. Esto implica no solo cumplir con la legislación vigente, sino también respaldar prácticas laborales dignas y políticas de producción éticas que trasciendan los requisitos legales.

Es por esta razón que la CSR ha empezado a ser considerada cada vez más en las políticas territoriales orientadas a promover el desarrollo sostenible. Ante las externalidades negativas derivadas de la producción insostenible y el exceso de consumo en la sociedad, que resultan en un uso inadecuado de los recursos naturales y la generación de residuos, el concepto de CSR ha adquirido una importancia especial. Esto se refleja en su inclusión en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas como el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, titulado «Producción y consumo responsables»⁶⁶.

“este objetivo busca fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para la sociedad”⁶⁷.

En este sentido, el CSR se convierte en una meta a alcanzar para todos los países que firman este tratado, y obligándose a formular políticas públicas que busquen satisfacer esta demanda.

De esta manera, el CSR se ha vinculado a otras filosofías de producción, destacando entre estas a la Economía Social (ES), especialmente desde 2015 tras la firma de la Agenda 2030, al considerarse que ambas priorizan satisfacer una demanda social por encima de encontrar rentabilidad al capital aportado. Por ello, especialmente desde la vertiente académica que busca fórmulas de Desarrollo Sostenible, se ha generado un área de investigación.

⁶⁵ Sebastian Dueñas-Ocampo, Jesus Perdomo-Ortiz, y Lida Esperanza Villa-Castaño, «El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura», *Estudios Gerenciales* 30, n.º 132 (15 de julio de 2014): 287-300, <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.022>.

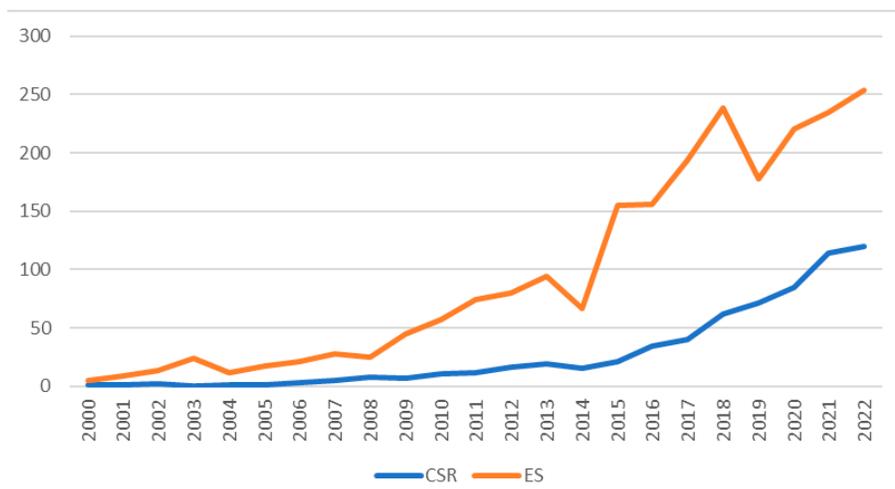
⁶⁶ Gallino Yanzi y De Bianchetti, «La producción y consumo responsables como objetivos del desarrollo sustentable».

⁶⁷ ONU, «Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible», *Asamblea General* 15900 (2015): 40.

5 ANÁLISIS DE COOCURRENCIA DE PALABRAS

A continuación, se identifica la producción científica registrada en WoS y Scopus entre los años 2000 y 2020 sobre la ES y el CSR.

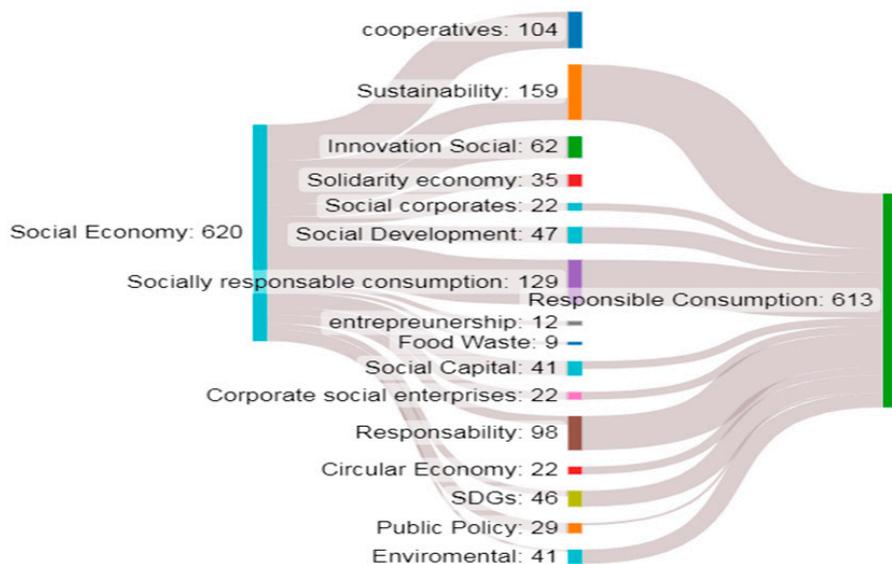
Figura 1. Evolución de la producción científica de CSR y ES



Fuente: Elaboración propia

La Figura 1 representa el número de publicaciones registradas en WoS y Scopus durante el periodo de tiempo comprendido entre el año 2000 y el 2020 sobre ES y CSR. En total se identificaron 1643 trabajos relacionados con el tema de Economía Social y 649 sobre CSR. Además, se puede visualizar una tendencia de crecimiento en la producción científica de estos temas, presentando una tasa de crecimiento del 15%, también, se evidencia que más de la mitad de las publicaciones se realizaron en los últimos 5 años. Estos datos reflejan el aumento del interés de la comunidad científica y académica en el tema.

Figura 3. Gráfico Sankey de palabras clave más repetidas



Fuente: Elaboración propia

La Figura 3 presenta un gráfico de Sankey, que ilustra las principales palabras clave identificadas en los campos de la ES y el CSR. En este sentido, este diagrama facilita la identificación de los temas clave que comparten la ES y la CSR. Entre los temas más destacados se encuentran la sustentabilidad, con 63 conexiones, el desarrollo social, con 46 conexiones, las empresas sociales y el capital social, con 42 conexiones, y la responsabilidad corporativa, con 26 conexiones.

6 DISCUSIÓN

Tras observar la bibliografía revisada, se intuye que conceptualmente la ES y el CSR están estrechamente relacionados. Por un lado, la bibliografía consultada sobre la ES considera a esta corriente como un tipo de actividad económica centrada en las personas y sus necesidades por encima del beneficio financiero. El CSR, por su parte, en la bibliografía está referida como el acto de comprar productos y servicios que son producidos de manera ética y sostenible, teniendo en cuenta no solo el costo económico, sino también el impacto social y ambiental que tienen. Ambas implican la búsqueda de productos que se hayan producido en condiciones justas para los trabajadores, con prácticas sostenibles y que, en general, contribuyan al bienestar social.

Conceptualmente, ambas corrientes priorizan la ética sobre el lucro. En ese sentido, ambas corrientes se enfocan más en ‘Cómo’ se produce por encima de ‘Cuánto’ se produce y ‘Qué’ ganancias genera.

Tanto el concepto de ES como el de CSR se encuentran estrechamente vinculados a otras corrientes económicas que priorizan el bienestar social por encima de la simple rentabilidad financiera o intereses económicos. Esta conexión se profundiza aún más cuando se considera la intersección de ambos conceptos, ya que juntos proponen un sistema socioambientalmente sostenible a largo plazo. Su enfoque busca reducir la desigualdad social, promover la conciencia ambiental y cuestionar el sistema de producción y consumo convencional⁶⁸. En este sentido y al observar las principales palabras clave que relacionan ambos conceptos, se sugieren las siguientes relaciones:

Cuadro 3. Puntos en que se relaciona la ES y el CSR

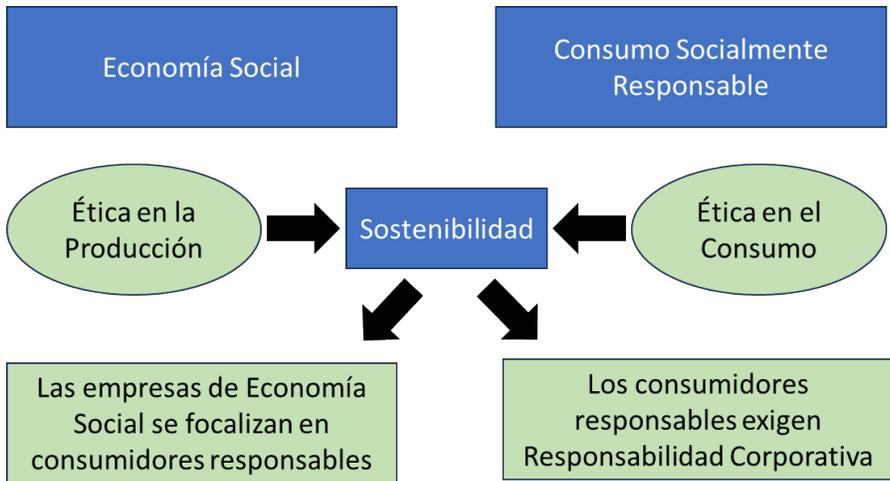
PALABRA CLAVE CONECTORA	IDEAS PRINCIPALES
SOSTENIBILIDAD	<p>La sostenibilidad implica procesos productivos que no comprometan los recursos futuros desde un punto de vista social, económico y ambiental.</p> <p>Los artículos que abordan la sostenibilidad manifiestan que las empresas de es generan sostenibilidad social y territorial, y que los consumidores socialmente responsables buscan alternativas sostenibles especialmente en la dimensión medioambiental.</p> <p>En general, estos artículos destacan la necesidad por parte del csr y de la es de buscar la sostenibilidad. No obstante, las vías para lograrlo son diferentes en cada caso. El csr procura encontrar la sostenibilidad a través del comercio justo, la protección medioambiental, el uso de energías renovables y en producción basada en la economía circular. La es busca generar la sostenibilidad a través de empresas gestionadas democráticamente, la redistribución equitativa y los comercios justos.</p> <p>Se concuerda que ambos movimientos se encuentran en contraposición o como alternativa de los sistemas de producción y consumo tradicionales de corte capitalista. Sin embargo, la sostenibilidad en el csr se enfoca en la protección medioambiental y social, mientras las empresas de es se focalizan en encontrar un equilibrio entre los fines económicos y sociales en sus empresas.</p>
DESARROLLO SOCIAL	<p>El Desarrollo Social prioriza las necesidades humanas en los procesos de desarrollo. Es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida principalmente en ámbitos sociodemográficos como la salud, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo y salarios.</p> <p>Para la ES, el Desarrollo Social es considerado una consecuencia de las empresas sociales, ya que, debido a sus principios filosóficos, se focalizan en satisfacer demandas sociales de poblaciones que sufren algún tipo de exclusión, como desempleo o necesidad de servicios concretos.</p> <p>Dentro del CSR se trabaja con sellos de trabajo digno y calidad laboral generándose el Desarrollo Social gracias a la exigencia de los consumidores a que las empresas tengan buenas prácticas laborales.</p>

⁶⁸ Coraggio, «La Presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su Institucionalización en América Latina».

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (AGENDA 2030)	<p>Conceptualmente, la ES y el CSR están interconectados y se refuerzan mutuamente dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Ambos son esenciales para construir una sociedad más justa y sostenible como anuncia la Agenda 2030 a través del ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, o las referencias transversales a la ES en el ODS 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos; en el ODS 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible; o el ODS 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación; entre otros.</p>
RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	<p>La Responsabilidad Corporativa es la responsabilidad que tienen las empresas con su entorno al generar bienes y/o servicios.</p> <p>Varios artículos tanto de ES como de CSR consideran la necesidad de exigir una mayor responsabilidad de las consecuencias de sus actos a las corporaciones.</p> <p>En este sentido, la ES destaca por priorizar las necesidades de sus socios por encima de los intereses económicos de la corporación, existiendo la responsabilidad de velar por el interés de todos sus miembros.</p> <p>Por su parte, el CSR considera que los consumidores deben exigir y demandar a las empresas mayor responsabilidad en el uso de prácticas más amigables a las corporaciones, priorizando el consumo en aquellas empresas que garanticen la producción medioambiental y socialmente sustentable.</p> <p>En este sentido, la Responsabilidad corporativa es un requisito necesario entre las empresas de ES, mientras que la Responsabilidad corporativa es una exigencia mínima para los consumidores del CSR.</p>
CAPITAL SOCIAL Y EMPRESAS SOCIALES	<p>El capital social está enfocado en el valor de los bienes intangibles que genera una empresa o individuo a su sociedad.</p> <p>Por un lado, la ES es generadora de capital social al motivar el desarrollo de recursos endógenos y de intentar sofocar demandas sociales. Por otro lado el CSR también es generador de Capital Social ya que está basado en la educación del consumidor quien prefiere tomar hábitos éticos en su consumo con el fin de generar bienestar social.</p>

Fuente: Elaboración propia.

En estos términos, la relación entre ES y CSR se origina a raíz de un cuestionamiento hacia las formas tradicionales de producción y consumo. Esto a dado lugar a un creciente descontento social debido a los impactos socioambientales generados por estas prácticas, y hasta el momento no se ha encontrado una solución definitiva, ni por parte del sector público ni por parte del sector empresarial. Por esta razón, individuos que buscan consumir de manera consciente productos y servicios sostenibles encuentran mejores opciones en las organizaciones de **ES**. En estas organizaciones, el enfoque principal recae en el bienestar de las personas por encima de la búsqueda exclusiva de beneficios económicos. Además, ofrecen alternativas sostenibles de producción y cuentan con las garantías legales proporcionadas por las diversas formas jurídicas que rigen a las entidades de **ES**.

Figura 3. Interacción la ES y el CSR

Fuente: Elaboración propia.

En este contexto, se puede argumentar que tanto la ES como el CSR comparten el objetivo de promover la sostenibilidad en sus dimensiones social, ambiental y financiera, aunque difieren en cómo ponen en práctica la ética en relación con la rentabilidad. Mientras que la ES da prioridad a la ética en la producción, la CSR se enfoca en la ética del consumo. Por lo tanto, desde un punto de vista conceptual, se puede considerar que existe una relación interconectada entre estos dos conceptos, ya que las empresas de ES pueden dirigir su comercialización hacia consumidores responsables, y estos consumidores se caracterizan por demandar la responsabilidad corporativa que es fundamental en las empresas de ES, motivando sinergia beneficiosa para ambas partes.

7 CONCLUSIONES

La ES y el CSR han sido identificados como corrientes económicas que priorizan satisfacer la ética en la producción por encima de la rentabilidad financiera. Sin embargo, desde el campo científico, no cuenta con un ámbito específico de estudio, sino que implica diferentes disciplinas, como las ciencias jurídicas, la economía o la sociología, entre otras, dando lugar a que sean conceptos moldeables según evoluciona la situación sociodemográfica del entorno.

Por un lado, los Consumidores Responsables han evolucionado tanto en sus percepciones sobre lo que implica el CRS como en sus hábitos de consumo, en la medida que modificaban las demandas éticas dentro del CRS. Esta corriente ha

ido evolucionando, estudiando en primer lugar los hábitos de los consumidores, luego las estrategias de las empresas en su responsabilidad corporativa hasta convertirse en debate de las políticas públicas al convertirse en uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible; Producción y Consumo Responsable.

Por otro lado, la ES ha tenido que adaptarse a las características institucionales, modelos económicos y necesidades sociales de los territorios donde actúa, dotando a esta corriente de un carácter polifacético y amoldable con su entorno hasta el punto de haber generado en la actualidad diferentes corrientes subalternas como la Nueva Economía Social o la Economía Solidaria.

Tras la revisión bibliográfica, se percibieron las palabras claves más reiteradas en ambas corrientes, destacando entre las mismas: sostenibilidad, Desarrollo Social, Objetivos del Desarrollo Sostenible, Responsabilidad corporativa y Capital Social. En este sentido, se puede percibir que ambos conceptos se están encontrando en la filosofía de buscar la sostenibilidad social, medioambiental y económica, convergiendo dentro de los Objetivos de la Agenda 2030, exigiendo responsabilidad en la producción, cuestionando las prácticas de las empresas y los hábitos de los consumidores.

Finalmente, se concuerda que tanto la ES como el CSR ponen en primer plano la forma en que se produce por encima de las consideraciones económicas. Por ello, los Consumidores Responsables encuentran en las empresas de la ES una opción interesante para el CSR, al igual que las empresas de ES identifican en los Consumidores Responsables un mercado receptivo o nicho de clientes.

7.1 Limitaciones de la investigación

Este estudio representa una contribución valiosa al marco conceptual que rodea tanto a la CSR como a la ES. Sin embargo, es importante destacar que esta investigación no incluye un análisis estadístico más profundo que relacione a los consumidores responsables con los productores sociales. Por lo tanto, una de las áreas de investigación futura podría enfocarse en el desarrollo de metodologías empíricas y pragmáticas que busquen establecer conexiones más sólidas entre ambos conceptos.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Akehurst, G., Afonso, C., & Gonçalves, H. M. (2012). Re-examining green purchase behaviour and the green consumer profile: New evidences. *Management Decision*, 50(5), 972-988. <https://doi.org/10.1108/00251741211227726>
- Alwitt, L. F., & Pitts, R. E. (1996). Predicting Purchase Intentions for an Environmentally Sensitive Product. *Journal of Consumer Psychology*, 5(1), 49-64. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0501_03

- Amin, A., Cameron, A., & Hudson, R. (2002). *Placing the Social Economy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203166123>
- Anderson, W. T., & Cunningham, W. H. (1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36(3), 23. <https://doi.org/10.2307/1251036>
- Antil, J. H. (1984). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 4(2), 18-39. <https://doi.org/10.1177/027614678400400203>
- Arnaiz, T. (2020). Un consumo responsable por parte de las entidades del sector público. *Opción, Año 36(93-2)*, 834-863.
- Barea, J. (2003). Constitución y nueva Economía Social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 47, 137-148.
- Barea, J., & Monzón, J. (1992). *Libro Blanco de la Economía Social en España*. Informes del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Barea, J., & Monzón, J. (1995). La economía social desde una perspectiva española. *Ekonomiaz. Revista Vasca de Economía*, 33, 140-153.
- Barea, J., & Monzón, J. (2008). *Economía social e inserción laboral de las personas con discapacidad en el País Vasco*.
- Bastidas-Delgado, O., & Richer, M. (2001). Economía social y economía solidaria: Intento de definición. *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 1(1).
- Berkowitz, L., & Lutterman, K. G. (1968). The traditional socially responsible personality. *Public Opinion Quarterly*, 32(2), 169-185. <https://doi.org/10.1086/267597>
- Bianchi, E., Ferreyra, S., & Kosiak de Gesualdo, G. (2015). Consumo Responsable: Diagnóstico y Análisis Comparativo en la Argentina y Uruguay. *Escritos Contables y de Administración*, 4(1), 43-79. <https://doi.org/10.52292/j.eca.2013.280>
- Brooker, G. (1976). The Self-Actualizing Socially Conscious Consumer. *Journal of Consumer Research*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.1086/208658>
- Bustamante, R. G., Rueda, H. N. R., Cacho, M. M. y T. G., & Tovar, L. G. (2020). EXPERIENCES OF SOLIDARITY ECONOMY AND RESPONSIBLE CONSUMPTION IN AGROECOLOGICAL MARKETS IN MEXICO: LEARNING AND CHALLENGES. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 22(2), e1575. <https://doi.org/10.48142/2220201575>
- Chaves, R., & Monzón, J. (2001). Economía social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37, 7-33.
- Chaves, R., & Monzón, J. (2008). Panorama de la investigación en Economía Social. *Estudios de Economía Aplicada*, 26(1), 29-55.
- Cook, M. L. (1995). The Future of U.S. Agricultural Cooperatives: A Neo-Institutional Approach. *American Journal of Agricultural Economics*, 77(5), 1153-1159. <https://doi.org/10.2307/1243338>
- Cook, M. L. (2018). A life cycle explanation of cooperative longevity. *Sustainability*, 10. <https://doi.org/10.3390/su10051586>
- Coraggio, J. (1979). Sobre la espacialidad social y el concepto de región. En *Avances de Investigación* (Vol. 3). Centro de Estudios Económicos y Demográficos, El Colegio de México.
- Coraggio, J. (1999). La economía popular es más que la suma de microproyectos (alternativas para el desarrollo humano en un mundo globalizado). *Política y sociedad*, 31(31), 133-141.

- Coraggio, J. (2011). Economía social y Solidaria. El trabajo antes que el Capital. En *Diccionario de la otra economía* (1a ed.). Ediciones Abya-Yala.
- Coraggio, J. (2013). La Presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su Institucionalización en América Latina. *Potential and Limits of Social and Solidarity Economy May*
- Crotty, J. R. (1990). Owner–Manager Conflict and Financial Theories of Investment Instability: A Critical Assessment of Keynes, Tobin, and Minsky. *Journal of Post Keynesian Economics* 12(4), 519-542. <https://doi.org/10.1080/01603477.1990.11489816>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal* 4(3), 202-228. <https://doi.org/10.1108/17508610810922703>
- Demoustier, D., Rousselière, D., Clerc, J.-M., & Cassier, B. (2003). L'entreprise collective: unité et diversité de l'économie sociale et solidaire. *RECMA* 290, Article 290. <https://doi.org/10.7202/1022160ar>
- Desroche, H. (1991). *Histoires d'économies sociales: d'un tiers état aux tiers secteurs 1791-1991*. Syros-Alternatives.
- Dueñas-Ocampo, S., Perdomo-Ortiz, J., & Villa-Castaño, L. E. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales* 30(132), 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.022>
- Echchakoui, S. (2020). Why and how to merge Scopus and Web of Science during bibliometric analysis: the case of sales force literature from 1912 to 2019. *Journal of Marketing Analytics* 2020 8:3-8(3), 165-184. <https://doi.org/10.1057/S41270-020-00081-9>
- Etchezarreta, E., Etchezarreta, A., Zurbano, M., & Estensoro, M. (2015). Innovación Social, Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria. *Papeles de Economía Solidaria*, 5, 32.
- Evenson, R. E., & Gollin, D. (2003). Assessing the impact of the Green Revolution, 1960 to 2000. En *Science* (Vol. 300, Número 5620, pp. 758-762). American Association for the Advancement of Science. <https://doi.org/10.1126/science.1078710>
- Fonte, M., & Cucco, I. (2017). Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards a social economy in agriculture. *Journal of Rural Studies*, 53, 291-302. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.01.019>
- Gallino Yanzi, M. V., & De Bianchetti, A. E. (2019). La producción y consumo responsables como objetivos del desarrollo sustentable. *XV Jornadas y V Internacional de Comunicaciones Científicas de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas UNNE*, 333-336.
- García-García, F. (2017). Debate sobre la inclusión del cooperativismo dentro de las políticas de la nueva ruralidad en América Latina. *Panorama Económico*, 25(3), 357-380.
- Gaviola, S. (2015). Los Ciclos y las Crisis en los Clásicos y Marx. *Revista de estudios interculturales*, 1, 42-66.
- Guerrero, D. (2004). *Historia del Pensamiento económico heterodoxo*. eumed.net.
- Habermas, J. (1988). *Legitimation Crisis*. Polity.
- Iliopoulos, C., & Valentinov, V. (2017). Member preference heterogeneity and system-lifeworld dichotomy in cooperatives. *Journal of Organizational Change Management*, 30(7), 1063-1080. <https://doi.org/10.1108/JOCM-12-2016-0262>
- Lara, D. (2008). Reducir, reutilizar, reciclar. *Elementos: Ciencia y cultura*, 15(069), 45-48.
- Laville, J. L. (1994). *L'économie solidaire, une perspective internationale*. Desclée de Brouwer.
- Laville, J. L. (2014). The social and solidarity economy: A theoretical and plural framework. En J. Defourny, L. Hulgård, & V. Pestoff (Eds.), *Social Enterprise and the Third Sector*.

- Changing European Landscapes in a Comparative Perspective* (1st editio). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203487747-14>
- Laville, J. L., Lévesque, B., & Mendell, M. (2005). The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada. En *he Social Economy as a Tool of Social Innovation and Local Development. Background Report* (pp. 125-173). OCDE.
- Lévesque, B. (2003). De la economía social a la economía solidaria y plural. En *CRISES. Centre de recherche sur les innovations sociales* (N.o 0408).
- Lewis, M., & Swinney, D. (2008). Social Economy & Solidarity Economy. Transformative Concepts for Unprecedented Times? En J. Allard, C. Davidson, & J. Matthaëi (Eds.), *Solidarity Economy: Building Alternatives for People and Planet* (pp. 28-41). ChangeMaker Publications.
- Llopis-Goig, R. (2009). Consumo responsable y globalización reflexiva: un estudio referido al comercio justo en España. *Revista Española del Tercer Sector*, 11, 145-165.
- Manoa, J., Vienney, C., & Rault, D. (1992). Les institutions de l'économie sociale en France. En J. Defourny & J. Monzón (Eds.), *Économie Sociale. Entre Économie Capitaliste et Économie Publique. The Third Sector: Cooperative, Mutual, and Nonprofit Organizations*. Boeck-Wesmael.
- Marbán-Gallego, V., & Rodríguez-Cabrero, G. (2006). Estado de bienestar y tercer sector social en España: el estado de la investigación social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 56, 117-140.
- Marcuello, C., & Saz, M. (2008). Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 94, 59-79.
- Martínez-Charterina, A. (1995). Los valores y los principios cooperativos. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 61, 35-46.
- Medina-Albaladejo, F. J., & Pujol-Andreu, J. (2014). Cooperativas de consumo y niveles de vida, España 1865-1939: Una primera aproximación. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 18.
- Mohr, L. A., & Webb, D. J. (2005). The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. *Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 121-147. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00006.x>
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72. <https://doi.org/10.1111/J.1745-6606.2001.TB00102.X>
- Monzón, J. (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 44, 9-32.
- Monzón, J., & Chaves, R. (1987). *La Economía Social en la Union Europea*.
- Monzón, J., Radrigán, M., & Careaga, C. (Eds.). (2010). *Economía Social y su impacto en la generación de empleo. Claves para un desarrollo con equidad en América Latina. Estudios referidos a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España y Uruguay*. Fundación Iberoamericana de Economía Social.
- Mora, M. J., & Martínez, F. R. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*, 31, 27-46. <https://doi.org/10.19052/ed.4375>

- Morales, A. (2003). La democracia industrial en España: orígenes y desarrollo de las empresas de trabajo asociado en el Siglo XX. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 44, 137-173.
- Moulaert, F., & Ailenei, O. (2005). Social economy, third sector and solidarity relations: A conceptual synthesis from history to present. *Urban Studies*, 42(11), 2037-2053. <https://doi.org/10.1080/00420980500279794>
- Nubia-Arias, B. (2016). El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 4(1), 29-34. <https://doi.org/10.15649/2346030X.385>
- Nyssens, M. (1997). Popular economy in the south, third sector in the north: Are they signs of a germinating economy of solidarity? *Annals of Public and Cooperative Economics*, 68(2), 171-200. <https://doi.org/10.1111/1467-8292.00042>
- ONU. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. *Asamblea General, 15900*, 40.
- Polanyi, K. (1977). The Economistic Fallacy. *Review (Fernand Braudel Center)*, 1(1), 9-18.
- Polanyi, K. (1983). *La grande transformation* (Vol. 39). Gallimard.
- Puentes, R., & Velasco, M. (2009). Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 104-129.
- Radrigán, M. (2018). Situación y proyecciones de la Economía Social en Chile. En J. Fernando Alvarez, C. Marcuello, & J. De Sá (Eds.), *Anuario Iberoamericano de la Economía Social* (pp. 41-54). CIRIEC-España.
- Radrigán, M., Barria, C., Hernández, L., & Lagarrigue, A. (2008). *Economía Social y su impacto en la generación de empleo: Claves para un desarrollo con equidad en América Latina – El caso de Chile*.
- Razeto, L. (2010). ¿Qué es La Economía Solidaria? *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 110, 47-52.
- Salvatore, D. (1997). *Microeconomía*.
- Schnaars, S. P. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*. Díaz de Santos.
- Scott, A. (2008). *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*. Oxford University Press.
- Shragge, E. (Ed.). (2000). *Community Economic Development: In Search of Empowerment and Alternatives*. Black Rose Books.
- Straughan, R. D., & Roberts, J. A. (1999). Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575. <https://doi.org/10.1108/07363769910297506>
- Sykuta, M., & Cook, M. L. (2001). A New Institutional Economics Approach to Contracts and Cooperatives. *American Journal of Agricultural Economics*, 83(5), 1273-1279. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/0002-9092.00278>
- Vázquez-Barquero, A. (2018). Reflexiones teóricas sobre la relación entre desarrollo endógeno y economía social. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 1, 11-22.

- Wautier, A. M. (2003). Economía Social en Francia. En A. Cattani (Ed.), *La otra economía*. Fundación OSDE.
- Webb, D. J., Mohr, L. A., & Harris, K. E. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. *Journal of Business Research*, 61(2), 91-98. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2007.05.007>
- Webster, F. E. (1975). Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188-196. <https://doi.org/10.1086/208631>
- Zhu, J., & Liu, W. (2020). A tale of two databases: the use of Web of Science and Scopus in academic papers. *Scientometrics*, 123(1), 321-335. <https://doi.org/10.1007/S11192-020-03387-8>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>