



# ECONOMIA SOLIDARIA

**Teoría y realidades de éxitos comunitarios.  
Historias de superación en Ecuador y Castilla La Mancha**

**César Marcillo Vaca  
Alejandro Salcedo Aznal**



Fundación  
Iberoamericana  
para el Desarrollo



*Fhd*  
Fundación Humanidad  
y Desarrollo

FUNDACION



F.E.D.A.  
Delegación España

**ECONOMIA SOLIDARIA**

*“Teoría y realidades de éxitos comunitarios”*

*Historias de superación en Ecuador y Castilla – La Mancha*

**ECONOMIA SOLIDARIA**

**CESAR MARCILLO**

**ALEJANDRO SALCEDO**

**JULIO 2010**

## **DEDICATORIA**

***A Piedad y Emilia, mis compañeras de ruta***

***A mis hermanas y hermanos consanguíneos y políticos, que siempre estuvieron junto a nosotros en las vicisitudes a que estamos expuestos en este tránsito por la vida.***

## **AGRADECIMIENTOS**

***A los amigos profesionales que me incentivaron a profundizar el conocimiento de la Economía Solidaria, para no ser meros espectadores, sino actores en la construcción de un horizonte más fraterno, transparente y democrático en el país y en el mundo.***

***Gracias a César Acosta y a Guido Herrera que estimularon el presente trabajo.***

***A Patricio Almeida por su aporte con la redacción del prólogo y su vocación innata por este tema.***

***A la Fundación Iberoamericana para el Desarrollo FIDE, de España, la Fundación Ecuatoriana de Derecho Ambiental, FEDA y Fundación Humanidad y Desarrollo FHD de Ecuador por la edición del texto. A la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE, por auspiciar investigaciones de comercio justo. Y por supuesto al Instituto de Consumo de Castilla y la Mancha en España, por la financiación y coedición de sus experiencias en Consumo Responsable.***

***César Marcillo V.***

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi agradecimiento a:

*Pilar Vereda, de la Fundación Iberoamericana para el Desarrollo (F.I.D.E.) y a Guido Herrera, Presidente de la Fundación Humanidad y Desarrollo (F.H.D.), por tener la iniciativa de editar esta publicación; Rocío, mi mujer, e Ignacio y Pablo, mis hijos, por concederme el tiempo que he dedicado a preparar estas páginas; Las Organizaciones y Colectivos que desarrollan actividades de Economía Solidaria en Castilla La Mancha por el trabajo realizado; Y, finalmente, y de manera especial, a todas aquellas personas y pueblos con quienes nos unen lazos de solidaridad, por su capacidad de esfuerzo y su ejemplo de resistencia, así como por tantas otras cosas que hemos aprendido de ellos y que nos hacen sentir aún más en deuda con ellos.*

**Alejandro Salcedo**

## **PRESENTACION**

En septiembre del 2006, presente un texto sobre Economía Solidaria, con la esperanza de que los lectores se interesaran en este modelo alternativo, que se erige como solución a las inalcanzables aspiraciones de los sectores de la población más rezagados y excluidos en el país y en el mundo. Pero también en lo personal consideré que la publicación sería una invaluable oportunidad para encontrar fuentes de informaciones actualizadas y auténticas, de carácter bibliográficas e institucionales, así como contactar investigadoras e investigadores especialistas en el modelo solidario, puesto que mis relaciones con especialistas en el tema eran escasas a esa fecha. Las dos aspiraciones al cabo de tres años se han cumplido. El caudal bibliográfico existente lo consulté con mayor facilidad e identifiqué a las numerosas instituciones y personas preocupadas por esta economía en el exterior y en el país.

En este lapso, me nutrí con las enseñanzas recibidas de primera mano en las exposiciones realizadas en Ecuador de visitantes ilustres como: Luis Coraggio, Paul Singer, Luiz Gaiger en el Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales por los 50 años de vida de la FLACSO, en octubre del 2007; de Muhammad Yunus en diciembre del 2007, y de Mikel Lezamiz en mayo del 2009. Conocedores e impulsores de la Economía Solidaria, de las Finanzas Éticas y del Cooperativismo globalizado, respectivamente. Visité in situ los referentes mundiales: Salinas de Bolívar, Ecuador y Mondragón, España. Arrime el hombro para la realización de eventos sobre Economía Solidaria en el Colegio de Economistas de Pichincha, el Foro y la Feria de Comercio Justo de agosto del 2008, entre otros.

Con este conocimiento enriquecido es posible entregar, junto a Alejandro Salcedo, la “Economía Solidaria, Teoría y Realidades de éxitos comunitarios. Historias de superación en Ecuador y Castilla – La Mancha”, con la renovada pretensión de que: investigadores, tomadores de decisión pública y privada, y especialmente los ejecutores de proyectos solidarios establezcan una ruta más certera hacia la cima que queremos llegar con este modelo.

La obra es una recopilación de numerosas fuentes, estructurada bajo mi responsabilidad, en el cual se exhiben los emprendimientos comunitarios que se juntan en redes como: productores solidarios, intermediarios bajo el comercio justo, financiadores éticos y solidarios, consumidores ecológicos y responsables de los países desarrollados que comulgan estas tesis, lo impulsan adquiriendo los productos y pagando precios justos; junto a ellos gobiernos locales que aplican el presupuesto participativo, organizaciones

solidarias nacionales y del exterior. Se examina el rol de las monedas sociales o locales, del trueque y otras formas de intercambio si la liquidez es un problema. No a la escasez si a la abundancia es el lema.

Esta Economía no es fruto de grandes pensadores o ni de cenáculos académicos, existe por las vivencias de colectivos que no se resignaron a ser subordinados inertes de un statu quo inaceptable, sino que se convirtieron en proactivos de un nuevo y diferente destino. Sin embargo, el modelo todavía no se cohesionan por falta de una visión conjunta entre sus actores, muchos de ellos pecan por ser excluyentes y asumen ser los portadores de la única verdad. No hay consenso sobre el contenido y estructura de la Economía Solidaria, numerosos pronunciamientos establecen que está en construcción la teoría y hace falta identificar las actividades y los auténticos sectores que conforman la misma.

De allí, que conviene remarcar los grandes postulados de la Economía Solidaria el respeto al hombre y a la naturaleza, sin confundir la Caridad con lo Solidario, la gente clama porque se le ayude sin obras de mendicidad, o con bonos permanentes, exige que se lo reconozca como un actor económico, que se le abran los mercados internos y externos, no una vez sino permanentemente.

No desea proteccionismos, ni estatismos, quiere libertad para actuar, producir, vender, innovar, utilizar todos los adelantos tecnológicos y científicos para ser productiva. Sus productos y servicios aspiran que estén a la altura de los más renombrados del planeta. Ansía una sociedad en que se reconozcan a los pequeños propietarios de los medios de producción para actuar en comunidad, no ser emprendedores Solitarios sino Solidarios. Enviar al museo de la historia a la pobreza y la exclusión.

Mas un desasosiego ronda fatalmente en el firmamento internacional, ya que el más audaz de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la reducción de la pobreza universal a la mitad para el año 2015 de lo registrado en 1990, no va a ser cumplido. Prevalecen la aplicación de las mismas recetas y estructuras económicas en que las decisiones de inversión son de unos pocos y se continúa apostando a que el solo crecimiento del PIB permitirá tener menos pobres, sin introducir modificaciones en la desigual distribución del ingreso.

No está claro en los centros hegemónicos o no lo quieren reconocer, que la autogestión y los ahorros, aunque en principio reducidos, pero bien direccionados han cambiado la vida no de pocas personas, sino de millones de pobres, confirmando que el mayor poder está en el hombre y no en el capital.

Una serie de factores, desde aquel 2006, convergen para que Ecuador sea protagonista regional y mundial de la Economía Solidaria. Se agregan nuevos elementos normativos e institucionales en procura de cimentar y reforzar lo conseguido en este tema en el país. En la Nueva Constitución 2008, se determina que el modelo económico ecuatoriano es social y solidario y en la parte administrativa pública se crean legislaciones e instituciones para promover los sectores componentes de esta alternativa.

Cabe una reflexión que deviene de las innumerables frustraciones que este pueblo en la Mitad del Mundo ha sido testigo y, es que no basta con promulgar leyes y crear instituciones para reducir las inequidades sociales y económicas, si no se elaboran planes, programas y proyectos, así como sus ejecutores se empoderan en su real implantación.

Todo quedará en el papel o en anaqueles bien archivados y se retornará más temprano que tarde a los mismos modelos fracasados, unos ya extinguidos por impedir la libertad de pensamiento y acción del hombre y otros que al cabo de más de doscientos años de aplicación entregan indicadores que constituyen una bofetada mundial por su injusticia económica y social.

Las historias de variada índole insertadas en este libro, apuntan a que como el milagro japonés lo hizo en su oportunidad y para su propia realidad: nosotros copiemos, adaptemos e innovemos las experiencias exitosas solidarias identificadas en todo el mundo.

El Ecuador será diferente con redes de miles de organizaciones productivas asociadas a través de cooperativas, asociaciones, organizaciones comunitarias, cajas rurales, bancos comunales, redes microempresariales solidarias, empresas laborales, empresas de inclusión social, todas funcionando en el marco de la ética y la responsabilidad.

Desde el punto de vista geográfico, el rumbo está en la consolidación de comunidades, pueblos, ciudades justas y territorios solidarios, así como la construcción de espacios físicos solidarios como parques empresariales, mercados o centros direccionales, en los cuales estos emprendedores tendrán apoyo para mejorar y ampliar sus conocimientos, se faciliten sus tareas y entreguen productos calificados para los mercados interno e internacional de la Economía Solidaria.

**César Marcillo**

## **PROLOGO**

### **La Economía Solidaria en las Políticas de Consumo de Castilla- La Mancha**

El Gobierno de Castilla-La Mancha tiene una apuesta firme por el desarrollo práctico del concepto “Economía Solidaria” a través de los diferentes programas de actuación que lleva a cabo el Instituto de Consumo.

Cuando hablamos de Economía Solidaria nos estamos refiriendo al conjunto de prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro, para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

Precisamente en esa aplicación práctica es donde desde el gobierno de Castilla-La Mancha hemos puesto mayores esfuerzos para lograr objetivos de desarrollo en el terreno, en las zonas donde más se necesitan.

En Castilla-La Mancha trabajamos convencidos de que la economía debe estar al servicio del desarrollo humano sostenible y participativo, y ser un poderoso instrumento de transformación social, de construcción de la justicia, y de lucha contra la exclusión social.

Sirva como ejemplo que nuestra región es pionera en el desarrollo de programas de apoyo al Comercio Justo, así en la última década se concedieron ayudas destinadas a organizaciones y entidades sin ánimo de lucro para la consolidación de este modelo de comercio.

El Comercio Justo humaniza nuestra economía al reducir al máximo posible la cadena que hay entre quienes elaboran un producto y sus clientes. De esta forma no sólo conseguimos que los beneficios lleguen a quienes trabajan la materia prima sino que además, nosotros, como consumidores, tomamos conciencia de la importancia que tiene este tipo de comercio para reducir la pobreza en aquellos países más desfavorecidos y colaborar con su desarrollo económico y social.

Sin embargo, este trabajo no estaría completado sin un fomento de esas políticas públicas, en materia de consumo, dirigidas a los ciudadanos. Por todo ello, el Gobierno de Castilla-La Mancha lleva a cabo actividades de

información y educación de los ciudadanos no sólo para divulgar las acciones que desarrolla, sino, lo que es más importante, para crea en la sociedad castellano-manchega una sensibilidad especial hacia la Economía Solidaria y el Comercio Justo en el marco de las políticas públicas que les afectan como consumidores y usuarios.

**Fernando Lamata**  
**Consejero de Salud y Bienestar Social,**  
**Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (España)**

## **MENSAJE SOLIDARIO**

Ante el fracaso socio-económico del modelo capitalista y comunista, se han formulado alternativas científicas y modelos económicos rigurosos, para sustituir y mejorar un sistema que no respeta al hombre ni a la naturaleza. El peligro de sobreexplotación del planeta y el control del poder económico en manos de unos pocos, nos lleva indiscutiblemente hacia la pobreza, no sólo económica sino también humana. Y cuando un modelo roza el extremo de su decadencia, necesariamente surgen voces y acciones como las que se señalan en este libro, que reivindican la necesidad de preservar el planeta y generar las mejores condiciones de vida para la humanidad.

La Economía Solidaria es una manera diferente de hacer economía. Surge como un modo de producción y distribución alternativo al capitalismo, creado a partir de aquellos que se encuentran o temen encontrarse marginados del mercado de trabajo. Además, rescata el concepto de unión entre la posesión y uso de los medios de producción y distribución social de los productos; participa en la lucha contra las causas de la exclusión y la pobreza y no únicamente sobre sus consecuencias.

Sus propuestas socioeconómicas de vanguardia, van desde modelos económicos como la Empresa Integrada a estructuras concretas como Redes de Economía Solidaria. En este tipo de Economía, la empresa es un modelo socioeconómico integral y humanista revolucionario, adecuado para el ser humano y coherente con la naturaleza.

Los principios de la empresa solidaria tienen que ver con la igualdad para satisfacer los intereses respectivos de todos los protagonistas, sean trabajadores, empresarios, socios o accionistas, clientes, proveedores y comunidad local. Asimismo, se trata de favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el medioambiente a corto y a largo plazo.

El trabajo solidario contribuye a crear empleos estables y favorecer el acceso a personas desfavorecidas o incluso poco cualificadas, frente a la exclusión del mercado laboral. Se trata de una respuesta a las crisis del empleo, al paro creciente, a la degradación de las condiciones de trabajo, a la desleal competencia social, pues hasta hoy se ha priorizado el capital en detrimento del trabajo, a través de la desregulación de los mercados.

De otra parte, el comercio justo consiste en vender productos fabricados en condiciones respetuosas de los intereses fundamentales de las personas que los hayan producidos. Para ello, se busca que los bienes se compren reduciendo al mínimo los intermediarios; el precio se fija en función de los verdaderos esfuerzos de los productores; se definen relaciones de largo plazo; se entrega toda la información sobre la calidad del producto; y

finalmente se fija un premio para el productor, que se incluye en el precio. En todo caso “el comercio justo debe ser una política de desarrollo del Sur, por un desarrollo autónomo”

Por otra parte, las finanzas solidarias están dirigidas a los excluidos del sistema bancario clásico y a los excluidos de la economía dominante. Se basan en la noción de solidaridad.

El consumo solidario, se consolida en el tránsito del consumidor ecológico al consumidor ecologista. Se debía superar el espejismo del consumo, individualismo y la pérdida de ideales, por un consumidor responsable y diferenciador de los productos que destruyen el medio ambiente, por uno que privilegie el consumo que apunte a un crecimiento sostenible y sustentable.

A nivel público, los gobiernos seccionales están liderando el cambio con participación ciudadana, proyectos comunitarios, planes estratégicos y elaboración y ejecución de presupuestos participativos e impuestos y tasas solidarias, frente a la desvalorización de la acción de los poderes públicos y de los políticos, fragilidad de la democracia y de la noción de ciudadanía.

De cara a estos desafíos, hay que construir urgentemente un nuevo modelo de sociedad y redefinir el lugar de la economía que debe ser solidaria y estar al servicio de las personas. En definitiva, el sistema analizado se fundamenta en principios y valores que son soporte de la estructura de la sociedad y tienen incidencia en la modificación de la conducta individualista por nuevas formas de convivencia, tolerancia, ayuda y productividad, cuyo fin no es el lucro, sino el medio para alcanzar el bienestar de los asociados.

Esta publicación abre un espacio de reflexión para impulsar una nueva estructura social que se basa en los principios de la Economía Solidaria. Se trata de un extraordinario esfuerzo para redimir los valores más profundos de la sociedad, que contribuyan a mejorar las relaciones humanas y económicas entre todos y todas quienes creemos en un mundo más justo, más fraterno y solidario.

Finalmente, me permito rescatar una cita del propio autor de esta obra en la que afirma: “La Economía Solidaria es resultado de miles o millones de emprendedores anónimos, de los grupos comunitarios, que se juntaron y nos están legando un modelo que no se discute todavía en los grandes centros del saber, pero que se aplica todos los días por este inmenso colectivo de personas y para la subsistencia diaria”.

**Patricio Almeida Guzmán**  
**PRESIDENTE DEL COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PICHINCHA**  
**PERIODO 2006-2008**

<u>Contenido</u>	<u>Página</u>
1. Economía Solidaria un Modelo Alternativo para crear Riqueza desde los sectores comunitarios	15
1.1 La pobreza y la exclusión. Objetivo del Milenio	17
• Los ejes fundamentales del nuevo sistema económico	20
1.2 La Economía Solidaria en América del Sur	21
• Enfoque sobre Economía Solidaria: Tres alternativas	25
• La empresa solidaria como organización primaria	30
• La Economía Social y la Economía Solidaria	35
1.3 Factores de la producción solidarios	36
• Recursos Naturales: La naturaleza y sus derechos	37
• El Trabajo: Voluntariado, y otros tipos de trabajo	38
• El capital social	38
• La Tecnología: el libre uso	39
• El apoyo gerencial solidario	40
• El factor C	41
1.4 Los sectores componentes de la Economía Solidaria	42
• Producción Solidaria	46
• El Comercio Justo	51
• El Turismo Ecológico y Solidario	71
• El Consumo Ético y Responsable	72
• El Financiamiento Ético y Solidario	79
• Las Monedas Sociales	90
• El Trueque	94
• Los Centros Direccionales	99
• Los Gobiernos Central y Locales Solidarios	100
• Las acciones de las Universidades, los Centros de Investigación	105
• Las Agencias de Desarrollo Económico Local Solidario	106
• Organizaciones Gubernamentales	108
• Organizaciones No Gubernamentales	108
• Organizaciones Internacionales de Desarrollo	108
• Las redes mundiales y regionales de Economía Solidaria	110
1.5 Los ejes transversales	115
• Pueblos o Comunidades Solidarios	115

•	El Cooperativismo	116
•	Las Mutuales	124
•	El mundo de las microempresas solidarias	125
•	Los Indicadores de Gestión	130
1.6	La Responsabilidad Social Empresaria: nexo de unión	131
1.7	La cuantificación de la Economía Solidaria	138
1.8	El futuro de la Economía Solidaria, áreas macroeconómicas	139
1.9	La Economía Solidaria autónoma e independiente	143

### **Recuadros**

Recuadro N°1	Experiencias de Comercio Justo, camino a la Liga Mayor	145
Recuadro N°2	Banco Grameen, Bangladesh, microfinanzas contra la pobreza	147
Recuadro N°3	Tríodos Bank, Países Bajos, Hacia el Megabanco Etico	152
Recuadro N°4	Principales recomendaciones del V Foro Social Mundial para impulsar la Economía Solidaria, Porto Alegre 2005	157
Recuadro N°5	Grupo Mondragón, Meca del Cooperativismo	162
Recuadro N°6	Sunchales, Capital del Cooperativismo en Argentina	166
Recuadro N°7	Villa El Salvador, Perú. Urbanismo, producción y participación ciudadana	170
Recuadro N°8	Salinas de Bolívar, el triunfo de los excluidos	174
Recuadro N°9	Quebec, la ciudad más cooperativa del Norte	179

### **Cuadros**

Cuadro N°1	Declaración de Lux 09	113
Cuadro N°2	La confluencia del cooperativismo y la Economía Solidaria: Principios y Valores	119

### **Gráficos**

Gráfico N°1	Nuevo sistema económico social y solidario	20
Gráfico N°2	Funcionamiento de la Economía abierta y con gobierno	42
Gráfico N°3	Funcionamiento de la Economía Solidaria	43
Gráfico N°4	Los nuevos sujetos económicos del comercio justo	56
Gráfico N°5	La mercantilización del "sello de garantía	60
Gráfico N°6	Tercera generación de Comercio Justo	61
Gráfico N°7	El presupuesto municipal participativo en Córdoba, Argentina	102

Gráfico N°8	El Cooperativismo Mundial	121
<b>2. Economía Solidaria en Ecuador</b>		<b>182</b>
2.1 Aspectos Legales e institucionales a partir del 2008		184
• La Nueva Constitución, la Economía Solidaria		184
• La Institucionalidad en el Gobierno Central para la Economía Solidaria		185
• El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria		185
• La Ley de la Economía Popular y Solidaria		186
• La Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria		187
2.2 Los sectores de la Economía Solidaria a principios del Siglo XXI		188
• Inventario del MESSE		188
• Producción Solidaria		191
• Comercio Justo en el país y las transacciones hacia el exterior		191
• Finanzas Éticas y Solidarias y Microfinanzas		193
• Pasar de la defensa del consumidor al consumo responsable		195
• Desarrollo Local y presupuestos participativos		197
• El Gobierno Nacional y las compras públicas		198
• Sector Externo: Las ONG´s internacionales		199
• Organismos Internacionales en Ecuador		199
2.3 Los ejes transversales en Ecuador		199
• Productores Solidarios		199
• Fundaciones Ejecutoras		200
• Redes Nacionales de Economía Solidaria		204
• El Cooperativismo		209
• Cooperativas de Ahorro y Crédito COAC´s		212
• Otras organizaciones de microfinanciamiento		214
• Bancos comunales		218
• Empresas Solidarias, microempresa y artesanado		220
• Responsabilidad Social Empresaria		223
• Agencias de Desarrollo Empresarial		224
• Organismos de Educación Superior		226
• Moneda Social, un caso en Ecuador		226
• Trueque		227
• La Minga		227
2.4 Los Soportes de la Economía Solidaria		228
• Emprendimiento Solidario		228
• Marketing Social		228
• Prospectiva o creación de escenarios solidarios		230

Reflexiones Finales del Autor		233
<b>Recuadros</b>		
Recuadro N°10	Red Banco Grameen Ecuador	240
Recuadro N°11	Gobierno Local Transparente y Participativo	244
<b>Cuadros</b>		
Cuadro N°3	La pobreza en Ecuador	183
Cuadro N°4	Integrantes del MESSE por Zonas	189
Cuadro N°5	Organizaciones y productos de la Red Solidaria de Comercio Electrónico	206
Cuadro N°6	Ecuador: Las Cooperativas en cifras	211
Cuadro N°7	Evolución del Crédito de las COAC´s 2004 – 2005	213
<b>Anexo N°1</b>	Organizaciones y Productos de la Oferta de Comercio Justo en el Ecuador	237
<b>Direcciones electrónicas de interés</b>		248

## **1. ECONOMÍA SOLIDARIA UN MODELO ALTERNATIVO PARA CREAR RIQUEZA DESDE LOS SECTORES COMUNITARIOS.**

Desde mediados del 2007, el mundo es testigo nuevamente de una de las mayores crisis económicas del modelo capitalista imperante.

Misma que se origina en la economía especulativa, en la burbuja inmobiliaria, o en la llamada crisis ninja, agudizada con en el apareamiento de capitales que a través de pirámides financieras ficticias han llevado a la ruina a millones de estafados. A esto se aúna la catastrófica caída de los precios de los productos básicos, una recesión mundial, la debacle de las bolsas de valores, y que da al traste con la teoría económica convencional, que prohibía al Estado intervenir en los asuntos de las empresas privadas.

La primera reacción consistió en facilitar cuantiosos recursos monetarios a los bancos y a sectores industriales seleccionados, tal el caso de la industria automotriz en Estados Unidos. Como siempre la receta se orienta a salvar a los dueños de los factores de la producción, y dejar en último lugar al trabajador y al consumidor común y corriente.

Estos dineros para el salvamento que suman y sumarán miles de millones de dólares, solventan las carencias y malos manejos de los bancos y empresas, pero no tocan las el marco suntuoso de estas organizaciones como son: fabulosas infraestructuras, pagos de millonarias remuneraciones a sus altos ejecutivos y otros gastos empresariales que afrontan al mundo más excluido. Un temor aflora ya que los flujos monetarios entregados, nuevamente se conviertan en instrumentos especulativos o como los llaman inversiones de cartera descuidando la modernización y/o la solución de sus deficientes áreas administrativas y productivas.<sup>1</sup>

Toda la economía mundial se contraerá por varios años más, de tal manera que el daño repercutirá negativamente en las economías en desarrollo. Pese a todo este desastre, en los centros hegemónicos, no hay una respuesta que penalice a los culpables que fallaron y que fueron contemplativos en las catástrofe vislumbrada con anterioridad.

En Ecuador, esta crisis se presenta a fines del 2008 y con mayor virulencia a principios del 2009 con la caída del precio del petróleo y de otros productos exportados por el país. Tanto Gobierno como Sector Privado y el Sector Solidario respondieron para convertirla en oportunidad. Pero es preocupante, las soluciones que se proponen y algunas que ya se implantan son idénticas a lo que se ha combatido en otras de menor cuantía. Se

---

<sup>1</sup> Una primera cifra del salvataje se oficializó en US \$ 700 mil millones, pero el desempleo sigue en aumento, 10% en promedio a mediados del 2009. Otro monto se solicita por US \$ 600 mil millones sin tampoco ofrecer la creación de puestos de trabajo. La esperanza es que baje recién al 9.5% de desempleo a partir del segundo semestre del 2010.

recurre a la elevación de los aranceles a las importaciones para contraer el consumo externo, más al mismo tiempo se pregonan promover las exportaciones para recuperar el crecimiento económico. Si un país lo aplica es posible que todos los demás países sigan la misma ruta, reduzcan también sus compras externas pero quieran colocar en mayor volumen sus productos, como todos hacen lo mismo, el resultado es que las ventas decaerán en el mercado mundial (falacia de composición). Se configura un círculo depresivo y la crisis tardará en reducirse o eliminarse. También se oferta mayores montos de crédito a las grandes empresas, en tiempos de incertidumbre y desconfianza sobre una pronta recuperación económica.

Otra consecuencia mundial del declive económico está en la reducción de los presupuestos nacionales lo que origina que las prioridades de los gobiernos sean diferentes. Disminuyen generalmente los recursos económicos para atender los requerimientos sociales.<sup>2</sup>

Justamente, los grandes problemas sociales se podrán minimizar utilizando el instrumental de la Economía Solidaria. Los análisis establecen que cada vez que surgen las recurrentes depresiones del ciclo económico, la Economía Solidaria, viene en auxilio como la alternativa más confiable, puesto que gracias a decenas de millares y millares de proyectos solidarios exitosos en países del Norte y del Sur las catástrofes sociales se han atenuado.

Relatar las experiencias vivas de este modelo servirá para que los incrédulos, no persistan en afirmar que son esfuerzos aislados y que superviven por el acompañamiento caritativo de personas del Hemisferio Norte. La solidaridad no es caridad. Para comprobar los hechos y los sectores, organizaciones de la Economía Solidaria se abunda en nombres, direcciones, períodos de tiempo, cuantificaciones y en fin relatos históricos que engloban a miles y a veces millones de protagonistas que han llevado bienestar a sus comunidades desde la pobreza más extrema. Por tanto, se combinan conceptos de la ciencia económica, con principios y valores para convertirla en un modelo digno de réplica a lo largo y ancho del planeta.

Quizás las páginas siguientes no estén cargadas de fortalezas filosóficas o conceptuales, ni se utilicen expresiones rimbombantes, el objetivo más bien es llegar a los principiantes o no iniciados en el tema, para que una vez repasado estos contenidos, se conviertan en divulgadores y en actores de primera línea y formen parte de los constructores actuales de la Otra Economía, La Economía Solidaria.

---

<sup>2</sup> Para solventar las crisis de países como Grecia, España, Portugal, Hungría, Inglaterra, Irlanda, entre otros se recurre al ajuste de las remuneraciones, y de los gastos sociales. Las recetas del Fondo Monetario Internacional, renacen, aunque las reacciones sociales se enciendan.

## **1.1 La pobreza y la exclusión. Objetivo del Milenio.**

Retomando los propósitos de tener un mundo mejor, la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2000 planteó 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio, mismos que fueron adoptados por 189 países miembros.

Los resultados a 9 años de cumplirse el plazo arrojan una desilusión ya que definitivamente estas metas no se cumplirán y una vez más la aspiración de una mejora social significativa se estrella con esta negativa realidad. El hombre con poder de decisión no modifica su comportamiento egocentrista y continúa pensando en su propio bienestar y de su entorno más íntimo, el resto y que constituye la mayoría que se las arregle como pueda. Solamente una cifra: 500 empresas son las dueñas reales del mundo, los demás quedan a la espera de sus decisiones.<sup>3</sup>

Para refrescar la memoria y entender los problemas que buscó resolver la Organización de las Naciones Unidas, se insertan los Objetivos de Desarrollo del Milenio y sus metas. Aunque, todos estos objetivos han sido y serán cumplidos en los sectores de la Economía Solidaria ya que constan en sus Principios y Valores, no hubo ninguna necesidad de la recomendación de los organismos internacionales, de gobiernos, o de grupos de expertos profesionales.

Las comunidades solidarias la practicaron a fin de escapar de la pobreza y la exclusión.

Objetivo 1: Erradicar la extrema pobreza y el hambre

Meta 1: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas con ingresos inferiores a 1 dólar 24 centavos

Meta 2: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre.

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal

Meta 3: Velar que los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria, en el año 2015.

Objetivo 3: Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.

---

<sup>3</sup> Rojas Robinson. Un puñado de millonarios son los dueños de la Economía Mundial. [www.purochile.rojasdatabank](http://www.purochile.rojasdatabank).

Meta 4: Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza, antes del fin del año 2015.

Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil

Meta 5: Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de los niños menores de 5 años.

Objetivo 5: Mejorar la salud materna

Meta 6: Reducir, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna, en tres cuartas partes.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

Meta 7: Haber detenido y comenzado a reducir, para el año 2015, la propagación del VIH/SIDA.

Meta 8: Haber comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo, malaria y otras enfermedades graves.

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Meta 9: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente.

Meta 10: Reducir a la mitad, para el año 2015, el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible a agua potable y saneamiento básico

Meta 11: Haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios.

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Metas 12-15

42. Iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados.

43. Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios.

44. Alivio de la deuda comprometido bajo la iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados.

Meta 16: En cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo.

Meta 17: En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo.

Meta 18: En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Para Ecuador, el Primer Informe de los Objetivos del Milenio<sup>4</sup>, concluye que éstos no se cumplirán y, entre ellos la reducción de la pobreza a la mitad en el año 2015 frente al porcentaje registrado en el año 1990.

Con el propósito de salvar las metas y que no sean una nueva decepción, el Informe establece varios escenarios, aunque difíciles de cumplir por la crisis financiera, los comportamientos políticos explosivos, las estructuras del poder hegemónico y la propia actitud de corto plazo de la población ecuatoriana.

No se vislumbra la ilusión de lograr estabilidad macroeconómica, crecimiento real del 1% del PIB por habitante y redistribuir el ingreso.

El documento establece que en los últimos años, la apuesta se ha centrado en fomentar el crecimiento del Ecuador sobre la base de una mayor inversión privada en el sector petrolero y una más amplia apertura comercial. Si bien es importante, no ha sido suficiente para reducir la pobreza.

Por el lado productivo, el consenso se orienta a dinamizar las actividades no petroleras, en especial aquellas que producen efectos positivos, en términos de generación de empleo, tales como turismo, manufactura, agricultura, agroindustria, construcción.

Sin embargo, de las investigaciones realizadas, todavía no está en el tapete la contribución invaluable que ofrece la Economía Solidaria para salir de la emergencia nacional.

De las mismas comunidades organizadas se plantea crear riqueza desde los pobres, pero para los pobres.

---

<sup>4</sup> Secretaría Nacional de Objetivos de Desarrollo del Milenio.2005. Primer Informe ODM Ecuador 2005.Página 7.

El Banco Mundial<sup>5</sup> es optimista y según sus datos la línea de pobreza ha caído a un ritmo del 1% anual, en el período 1981-2005 y manifiesta que los pobres se redujeron de 1.900 millones a 1.400 millones de personas, tomando como medida a los que ganan US \$ 1 diario.

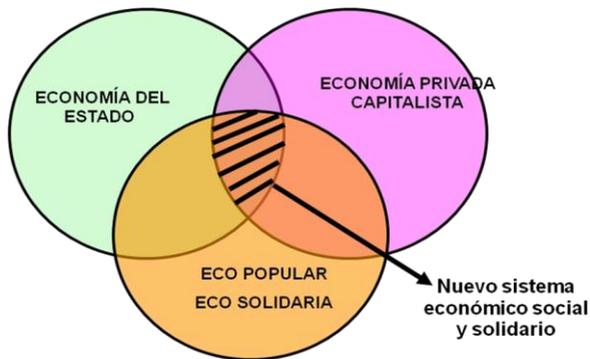
Recomienda para el futuro tomar a US\$ 1.25 diario como nuevo indicador de la pobreza. Así, concluye que la pobreza en el período señalado cayó del 52% al 26%.

La pobreza se reducirá realmente, si se la combate con estrategias claras y con un crecimiento que tendrá la capacidad de incluir a las personas que poseen menos recursos económicos, favoreciéndolas para que la desigualdad inicial se reduzca a la mínima expresión o si el patrón de este crecimiento no continúa favoreciendo a los que más tienen.

- **Los ejes fundamentales del nuevo sistema económico**

La Economía Solidaria respeta a las otras formas éticas de producción vigentes y, considera que en alguna parte del camino más temprano que tarde, ellas se encontrarán y se formarán un modelo que otorgue bienestar a toda la población y no únicamente a una pequeña parte privilegiada.

Gráfico N° 1 Nuevo sistema económico social y solidario



Fuente: Subsecretaría de Economía Social y Solidaria- MIES- Ecuador. Tomado de la conferencia del Subsecretario de Economía Social y Solidaria en el Foro y Feria de Comercio Justo agosto de 2008. Sede Consejo Provincial de Pichincha.

<sup>5</sup> Cortez José Antonio. La Pobreza según el Banco Mundial. Economía Agrícola. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org). 2009

El modelo que se revisa en el Gráfico N° 1 se considera un instrumento técnico, científico y político destinado a contribuir a la equitativa distribución de la propiedad y la riqueza, y a la democratización del saber y del poder.

Apunta a la construcción de un Estado Social de Derecho y de Justicia, que propicie y fomente una estructura económica mixta tanto el Sector de la Economía Popular y de la Economía Solidaria, el Sector de la Economía Estatal, así como el Sector de la Economía de Mercado privado capitalista, cumplan cada uno su función acorde a las exigencias del desarrollo humano sostenible, condición ineludible para alcanzar un real avance integral de la población, de la justicia social y de la paz en todos los países sean del Norte o del Sur.

El punto de encuentro es el nuevo sistema económico social y solidario.

## **1.2 La Economía Solidaria en América del Sur.**

Alcanzar una definición consensuada de la Economía Solidaria es trascendental para enmarcarla y diferenciarla de modelos económicos existentes y de otros ya desaparecidos. El marco teórico está en proceso de construcción, y un concepto común ha sido, es y será motivo de apasionados pronunciamientos. No sería parte de las ciencias sociales sino hubiera estas divergencias.

El mismo término Economía por las variadas definiciones lleva implícito la ideología económica de quien lo conceptualiza. Si el sistema en referencia se orienta a combinar factores de la producción escasos. La escasez es lo esencial y remediarla es el quid de los decisores de la política económica. Pero si se busca la excelencia en la combinación de los factores de la producción, ser competitivo es la guía, la preocupación se centra en los indicadores del PIB, sus montos alcanzados anualmente, las tasas de crecimiento, la estructura y el comportamiento de las actividades económicas son lo que cuentan. Su guía es una macroeconomía saludable aunque la población experimente múltiples carencias.

De otro lado, la economía enfocada al servicio del hombre, centran las consideraciones en determinar los niveles logrados por el llamado Índice de Desarrollo Humano que el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas, PNUD, establece como medida de los logros en el bienestar que registra la población de un determinado país. El cuestionamiento inicial que

obligó a crear el IDH es ¿Para qué aplicarse en generar riqueza, si ello no se refleja en una mejora sustancial del Índice de Desarrollo Humano<sup>6</sup>?

Quienes no concuerdan con esta inquietud, responden que si no hay generación de riqueza, lo único que se reparte es pobreza. Agregan, si las empresas privadas son las que crean riqueza, no debe haber confrontación ya que el premio al esfuerzo debe darse a quien contribuye más y nuevamente la dualidad: el hombre o la empresa entendida como el capital.

Milton Friedman toma partido y manifiesta olímpicamente, que a las empresas privadas solamente les debe interesar obtener utilidades, COMO GASTEN SUS ACCIONISTAS ESO NO DEBE IMPORTARLE A LA SOCIEDAD.

Así mismo, otros pensadores del capitalismo se refieren a que es prohibido hablar de las cuestiones sociales en las empresas, en ese orden están Ludwig von Mises y Friedrich von Hayek, de la escuela Austriaca; John K. Galbraith, de la escuela Institucionalista; el citado Milton Friedman, de la corriente monetarista; Paul Samuelson, David Friedman y James M. Buchanan, del capitalismo radical, y, Francis Fukuyama, del Fin de la Historia.

Los exitosos del mundo, por su opulencia, se fijan minuto a minuto en los comportamientos de los Índices Dow Jones, Nasdaq o los de las Bolsas de Nueva York, Londres, Tokio, no les importa revisar si la pobreza subió o descendió. Consultan las cifras de la pobreza cuando se presentan las crisis y con ellas disponen de un elemento de negociación, para solicitar más recursos. Invocan que se resolverá este estigma social, aunque mantenerla igual es un buen negocio.

Mientras, que los que si se fijan diariamente en los Indicadores de la Pobreza Humana miran como una catástrofe a la globalización y la transnacionalización cada vez más creciente de las economías nacionales.

¿Con cuál orientación concordar?, No se busca el blanco o el negro, el hombre es primero, la sociedad debe ser más justa, pero con total libertad en lo económico, social y político.

Se puede iniciar un análisis propio de la Economía tomando de base estas dos visiones que se registran a continuación y luego contrastándolo con el modelo solidario.

---

<sup>6</sup> Este Índice de Desarrollo Humano se mide por la longevidad a través de la esperanza de vida al nacer, la educación registrada por la combinación de las tasas de escolaridad de los niveles primarios, secundario, terciario y de los adultos alfabetizados y el nivel de vida utilizando el PIB per cápita.

Paúl Samuelson nos induce a pensar en la escasez y en la eficiencia y establece que Economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos. Este autor entiende la economía bajo este prisma: La vida económica es enormemente compleja ya que la gente compra, vende, negocia, invierte, persuade y amenaza.<sup>7</sup> En definitiva el pez grande se come al chico.

Apelando a la productividad y competitividad se exige alcanzar economías de escala cada vez mayores y se recomienda la absorción de pequeñas empresas por parte de las más grandes. No importa cuanta gente se despidе, no interesa a la empresa si el coeficiente inversión frente a mano de obra, por ejemplo, se incrementa.

Para la Academia de Ciencias de la extinta URSS, la Economía señalaba que la producción es siempre y bajo cualquier condición un componente social, y el trabajo una actividad del hombre social. En esta interpretación, Economía se entendía como la producción, distribución, cambio y consumo y sus relaciones tenían que estar orientadas hacia el bienestar de la sociedad.<sup>8</sup>

Sin embargo, su aplicación eminentemente estatal terminó liquidando a la iniciativa del hombre y generando una burocratización de la economía que la llevó al colapso. Cuidar al hombre desde la cuna hasta la muerte es muy recomendable, pero no fuerza al hombre hacia el progreso propio y de la comunidad.

**Solidaridad, muchos lo hablan pocos lo practican.** Se la confunde con caridad, si se aporta a un bingo para recaudar fondos, para una catástrofe o una calamidad, si se regala ropa usada, juguetes, fundas de caramelos, o se visita un asilo de ancianos para entregar una dádiva, provoca vanagloria en los “benefactores” de una gran actuación solidaria. No es suficiente para marcar otro destino a esos beneficiarios circunstanciales, pasado la secuela de la donación continuarán en el mismo estado de postración e indigencia. El mismo efecto provocan los subsidios permanentes.

La Real Academia de la Lengua establece que la palabra solidaria significa adherido o asociado a la causa, empresa u opinión de otro. Se dice de las obligaciones contraídas haciendo causa común con las personas que la contraen. Obligación.

---

<sup>7</sup> Samuelson Paul y Nordhaus William. Economía 17a. edición Mac Graw Hill, 2003. Páginas. 3 y 4.

<sup>8</sup> Academia de Ciencias de la URSS, Manual de Economía Política. 2ª edición. Juan Grijalbo. 1960. Páginas 15 a 20.

Por tanto, ser solidario no es un comportamiento efímero, circunstancial sino permanente y proactivo, los más apasionados dicen que es una forma de vida.

Pronunciamientos muy respetables manifiestan que Economía Solidaria es Economía Social, o Economía Popular, o Economía del Trabajo, pero las evidencias indican que las formas de solidaridad se entrelazan como eje transversal bajo formas empresariales del trabajo, que la iniciativa es la que más juega, que la libertad de acción es básica, que su presencia no ha requerido de intervención ni de planificación estatal, que los beneficios se irradian por igual al productor, al intermediario y al consumidor, que el respeto a la naturaleza es la esencia de este concepto, tampoco hay limitación para el crecimiento, pero se exige que sea ordenado y se respete al competidor.

Esta orientación se contrapone con el objetivo del capitalismo de lucro, es decir el incremento per se de la tasa del Producto Interno Bruto Total, en el mediano y largo plazo. Esto no necesariamente ha significado una mejora de la situación social o de la generación de igualdad de oportunidades a todos los miembros de la sociedad.

El capitalismo de lucro se orienta al mercado, dentro de la eficiencia y habilidad para ser altamente productivo. El mercado es controlado por gigantescas corporaciones y bancos mundiales. La tecnología apoya a la eficiencia aún a costa del reemplazar la mano de obra. Los recursos naturales sirven para la producción, y no se consideran como capital natural.<sup>9</sup> No importa, por ejemplo, la biodiversidad, a ésta se la toma más bien como fuente de poder, es prioritario el dominio sobre los recursos pero no para preservarlos a la humanidad sino para beneficio propio.

Si por el lado de los capitalistas de lucro se torna difícil entender que el hombre tanto en lo individual como en conjunto es lo primero, también lo es entre los que defienden una sola caracterización de lo que es social y como alcanzarlo, dada la fallida experiencia de los países socialistas que implantaron la planificación centralizada como directriz obligatoria, en que el Estado imponía el qué, cómo y para quién producir.

Ahora, los analistas están absortos, China, el gigante socialista, practica una economía de mercado, se abrió a la inversión extranjera y al comercio mundial y crece a tasas de 8 a 10 % anual, pero sus resultados con el hombre son escasos todavía. Sin embargo, los actos de corrupción en los últimos años crecen aceleradamente. La desigualdad entre los ingresos es

---

<sup>9</sup> Capital natural significa que los resultados financieros de la explotación de los recursos naturales deben ir a un fondo y los rendimientos deben utilizarse para el gasto, de esa manera el valor original de esta explotación siempre estará disponible para generar riqueza. El Fondo Petrolero Noruego, invierte los recursos monetarios en actividades rentables y reparte a sus habitantes únicamente los excedentes o utilidades que le generan las mismas y no el monto del petróleo extraído, por tanto, no se reduce en el tiempo.

abismal y esto ya preocupa seriamente a sus autoridades. Mientras aparecen multimillonarios chinos, cientos de millones todavía viven con el US \$ 1 diario.

El mundo al revés, los países de economía socialista declarada utilizan los mecanismos de la economía capitalista, sin distribuir los resultados económicos a sus habitantes como lo establecen los cánones socialistas, los países de corte capitalista regresan a mirar hacia el Estado para solucionar los problemas sociales y económicos.

Mientras la crisis del 2007, resucitó a John Maynard Keynes, ahora en estas economías piden que el Estado intervenga con recursos financieros o se haga cargo de las empresas en bancarrota.

Frente a este panorama, la Economía Solidaria, aparece como una luz en la incertidumbre, en este contexto, unos defienden que es únicamente Cooperativismo, otros que se preocupa de las actividades de los pobres, de los informales, de los excluidos, sin embargo es eso y mucho más ya que involucra al que no tiene, pero también al que tiene, nadie puede eximirse de participar. No es una economía autárquica.

Aquí, la gran diferencia entre el capitalismo y este modelo alternativo. **No es lo mismo Solitarios que Solidarios**<sup>10</sup>. Crecer como empresarios individuales o crecer juntos con toda la comunidad, se debe elegir libremente entre una alternativa o la otra.

Las evidencias de una vida en el marco de la Economía Solidaria están presentes para miles de millones de personas, porque son socios de una cooperativa, de una asociación productora de bienes y servicios, pertenecen a redes de consumidores de productos del comercio justo, han disfrutado de un servicio comunitario sea turístico, de alojamiento, de alimentación, de vestido, y mucho más.

- **Enfoque sobre Economía Solidaria: Tres alternativas**

En América Latina, se presentan tres corrientes sobre como gestionar la Economía Solidaria. Cada una tiene un pensador de innegables ejecutorias, coinciden en mucho, pero difieren sobre el papel del Estado. Otros pensadores más jóvenes también irrumpen con fuerza, Luiz Inácio Germany Gaiger de Brasil, o Pablo Guerra de Uruguay y otros más.

---

<sup>10</sup> Arizmendarrieta José María. Pensamientos. Mondragón 2007. Página 145.

## Luis Razeto

De nacionalidad chilena, manifiesta que la Economía de la Solidaridad como la denomina, debe estar aislada de la influencia estatal y del gobierno de turno, argumenta que si cambia el gobierno a una tendencia de derecha, por ejemplo, quedarán los proyectos y actividades sin apoyo. Defiende la autogestión en todos sus escritos.<sup>11</sup>

En el libro Empresas de Trabajadores y Economía de Mercado considerado el Libro Cero de su producción Economía de Solidaridad y Mercado Democrático, que contienen cuatro volúmenes más, se plantea la explicación de “una teoría científica del fenómeno cooperativo”, partiendo de la comprobación de que el movimiento, si bien ha experimentado en su historia bicentenaria un notable desarrollo y diversificación en todo el mundo, ha manifestado límites y crisis en su expansión, y no ha llegado a imponerse como sujeto autónomo dotado de efectiva capacidad de dirección de los cambios económicos y políticos, manteniéndose en un plano subordinado respecto a las grandes tendencias tanto del mercado como de la economía pública.

Identifica, Razeto, que las empresas cooperativas tienen: dificultades de acceso al capital, problemas de gestión, escaso dinamismo de innovación tecnológica, problemas en el tratamiento del trabajo, tendencias a la burocratización, pérdidas de identidad y asimilación de prácticas capitalistas, dependencia respecto al Estado y a los apoyos públicos de turno, dificultades en su inserción en los mercados. Sin embargo, no se debe renegar de este sector sino trabajar para que modifiquen este comportamiento.

Razeto, en otros textos, determina que primero aparece una Economía Popular y Solidaria, que luego devendrá en la Economía Solidaria o de la Solidaridad como él se siente más a gusto en denominarla.

Su conclusión sobre la construcción de una nueva forma de entender las relaciones económicas está en las siguientes afirmaciones<sup>12</sup>

“Aunque no ha sido nuestro propósito declarado, quizás con ello hayamos puesto las bases de la que podría ser una nueva disciplina necesaria -para la cual sugerimos el nombre de metaeconomía o, mejor, ecosofía, que no rehúya la cuestión de los valores, que explicité el concepto de hombre subyacente a la formulación científica, que se plantee abiertamente el tema de la felicidad y de la realización humana, que se interrogue por la

---

<sup>11</sup>Razeto Migliaro Luis: Curriculum del autor y sus principales escritos. Página 9. Es licenciado en filosofía y educación y magíster en sociología. Su trabajo intelectual de 40 años se ha centrado en los temas económicos y en las cuestiones sociales y del trabajo. hp: [www.intersol.at](http://www.intersol.at)

<sup>12</sup> Idem. Página 19.

racionalidad económica sin prescindir de otras dimensiones de la existencia humana cuales son la solidaridad y la convivialidad, la libertad y la espiritualidad. En qué medida hayamos contribuido a tan ambicioso proyecto es algo que no podemos ni nos corresponde dilucidar”.

### **Paul Singer**<sup>13</sup>

Para este autor, encargado principal de la política sobre la Economía Solidaria en Brasil, ésta no se impone a nadie, no pretende usar la fuerza para nada, es una propuesta para personas que quieran unirse a otras comunitariamente para los emprendimientos económicos. Por tanto, la Economía Solidaria se prende a valores muy fundamentales del ser humano, definidos por todas las religiones – los católicos, los evangélicos, los judíos, los musulmanes, los budistas– y es por causa de esto que ella es lógica, sobretodo, para las personas que están necesitando de una salida como son el campesino sin tierra, el profesional despedido, el técnico en informática desactualizado. Por ello, la Economía Solidaria no sólo incumbe al proletariado y grupos de personas menos favorecidas y descalificadas que participan de experiencias nuevas como la transformación tecnológica o por la automatización microelectrónica en las fábricas, sino a toda persona que decida vivir de manera solidaria.

En el marco de su pensamiento se reproduce una parte de la conferencia<sup>14</sup> que dictara a inicios de la administración del Gobierno brasileño del presidente Lula Da Silva.

“Ahora traigo a colación un detalle que es importante sobre la confrontación directa con el capitalismo. A mi ver, con la Economía Solidaria estamos confrontándonos con el capitalismo de forma frontal. El hecho de demostrar que, una empresa que fracasa en manos de un gran empresario capitalista, cuando pasa a la administración de sus trabajadores, ellos la rehabilitan y después de algunos meses vuelve a funcionar normalmente logrando pagar los salarios y los impuestos que el capitalista no pagaba en los tiempos de la agonía de la empresa, y desde mi óptica eso es un enfrentamiento directo con el capitalismo.

¿Qué significa confrontación política? ¿Confrontación política con el capitalismo es prohibir el capitalismo? ¿Es expropiar a la burguesía y decir

---

<sup>13</sup> Es austríaco. Doctor en Sociología (1966), profesor libre docencia en Demografía (1968), profesor adjunto (1981) y profesor titular de macroeconomía (1984), todos estos títulos obtenidos en la Universidad de São Paulo (USP). Profesor Titular de la Facultad de Economía, Administración y Contabilidad de la USP y Coordinador Académico de la Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares de la USP. Es autor de más de 23 libros, entre los cuales destaca Globalización y desempleo: diagnósticos y alternativas, S. Paulo, Contexto, 1998, Utopía militante: repensando el socialismo, Petrópolis, Ed. Vozes, 1998, El Brasil en crisis: peligros y oportunidades, S.Paulo, Ed. Contexto, 1999, es todavía, Economía Solidaria (en colaboración con Juan Machado) S.Paulo, Ed. Fundación Perseu Abramo, 2000, e Singer, P. y Souza, A., La economía solidaria en Brasil: la autogestión como respuesta al desempleo, S.Paulo, Ed. Contexto, 2000.

<sup>14</sup> Singer Paul Economía Solidaria: posibilidades y desafíos. Presentación en el Sindicato de Ingenieros en Rio de Janeiro.

“aquí nadie más puede ser asalariado”? ¿Es esa la idea? Si es así, yo estoy en contra. No hay otra manera de enfrentar al capitalismo a no ser dentro de un plan económico. Soy favorable a que en el socialismo, los capitalistas puedan continuar existiendo y seguir siendo capitalistas. Si alguien desea ser asalariado, es un derecho individual. Aquello que se hizo en el socialismo real de perseguir con la policía a quienes deseaban crear una empresa capitalista fue uno de los muchos absurdos realizados. No es así que se acaba con el capitalismo y sí permitiendo que todo aquel que no lo desee no necesite ser asalariado.

Debe abrirse la oportunidad a todos aquellos que deseen ser autónomos, colectiva o individualmente. Esa es la forma de acabar con el capitalismo.

Cuantas veces dentro de una empresa que está por quebrar se abre la posibilidad para que los trabajadores la asuman y una gran parte de ellos dicen “no, yo no quiero, deseo mis derechos laborales y quiero irme porque no creo en la gestión colectiva, prefiero ser empleado, quiero tener la seguridad de recibir todos mis derechos conforme a ley”.

Aun sabiendo que sus probabilidades de conseguir otro empleo son mínimas. Estamos haciendo esa experiencia ahora. Hoy en día una parte importante de los trabajadores brasileños quiere tener patrón. Mis compañeros del ANTEAG7, Asociación Nacional de Trabajadores en Empresas de Autogestión y Participación Accionaria que están directamente involucrados con 70 empresas medianas y grandes, así como Sandra Mayrink Veiga de FASE, que trabaja en la formación de cooperativas, me comentan como algunos trabajadores añoran a sus patrones: “Caramba, no tenía estas preocupaciones de poder o no pagar las obligaciones, de vender los productos. No asumía estar decidiéndolo todo a todo momento. Era más fácil obedecer órdenes.

Nosotros estamos inventando cosas nuevas, estamos encontrando una forma de combatir al capitalismo que en el fondo es mucho más radical que aquella que intento Allende en su época.”

Concluye, Singer que no está de acuerdo con la injerencia total del Estado en la Economía Solidaria, por que esto derivaría en un Capitalismo de Estado y que ya fracasó en el mundo, Polonia fue un gran ejemplo negativo. Pero si acepta que el Estado apoye, promueva a la consolidación del modelo, como él lo hace desde la Subsecretaría de Economía Solidaria del Ministerio del Trabajo en Brasil.

La Economía Solidaria, de acuerdo a este autor, se fundamenta mucho en el cooperativismo y, por ello impulsa las cooperativas populares, así como las incubadoras populares, que están siendo empujadas desde las universidades. Aunque crítica, muy decididamente, que las cooperativas

existentes presenten prácticas acendradamente capitalistas o que simplemente ya no cultiven los valores, mientras pondera a otras como verdaderos ejemplos que han transformado la vida de sus asociados. Otro reparo es si el trabajo doméstico es solidario, puesto que su tarea es individual, las amas de casa no participan en grupo, ni discuten decisiones, por tanto no forjan grupos asociativos.

### **Luis Coraggio** <sup>15</sup>

En el artículo Necesidades y Posibilidades de una Nueva Economía<sup>16</sup> se encuentran estas reflexiones que determinan su pensamiento, sobre la obligatoriedad de modificar las estructuras económicas vigentes y crear un Estado fuerte para llegar a un nuevo modelo económico diferente al Neoliberal.

“¿Podemos construir otra economía sin previa o simultáneamente construir otra política, que reconstituya la voluntad de las mayorías por una transformación social anticapitalista?”

Desafíos que auguran una larga fase de transición, en la que los promotores colectivos compartiendo estrategias y el Estado en todas sus instancias (nacional, provincial y local) deberán cumplir un papel crítico. La aplicación con justicia reparatoria y eficacia social del principio de redistribución de recursos materiales y de conocimiento, la redefinición de los marcos normativos, la producción y provisión de bienes públicos de alta calidad, y políticas macroeconómicas que contribuyan a la protección de este sector son condiciones generales del desarrollo de un sector orgánico de economía social que, a nuestro juicio, nunca se podrá sostener exclusivamente sobre sus propias bases sin un Estado coherente y activo.

Todas las políticas públicas tienen repercusión sobre ese desarrollo posible, no es cuestión de un Ministerio, Secretaría o Dirección a cargo, salvo que tenga la posibilidad de convocar y coordinar los diversos programas sectoriales.

Esto, por sí mismo, supone cambios significativos en la cultura política y burocrática del Estado.”

Sus escritos giran en torno a dotar de un entorno legal y administrativo, que parta desde lo local hasta lo general de la nación, que posibilite la

---

<sup>15</sup> Argentino de nacimiento es un autor muy prolífico con innumerables artículos y libros, investigaciones, debates, conferencias. Creador de la Red de Investigadores Latinoamericana de Economía Social y Solidaria Riles, entre otras de sus grandes logros. Director Académico de la Maestría en Economía Social de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina).

<sup>16</sup> Coraggio Luis, Necesidades y Posibilidades de una Nueva Economía, el Bonsai de la Información. 22 de mayo de 2008.

implantación de la Economía Solidaria, aunque el mismo reconoce que tomará mucho tiempo llegar al objetivo planteado.

Así, en Economía Solidaria y Economía Neoliberal <sup>17</sup> se lee: “Una clave de la propuesta de la economía solidaria es institucionalizar -mediante la práctica y mediante normas expresas- reglas morales que conformen el funcionamiento de toda la economía. Para ello se requiere consolidar, desarrollar o construir un fuerte subsistema de la economía –de alcance global pero con ramificaciones en todas las regiones y localidades del mundo- que sea conscientemente regido por esas normas, estableciendo alianzas entre diversas formas de organización de la producción, la distribución y el consumo, que aseguren la reproducción ampliada de la vida de todos, avanzando sobre la economía orientada por el lucro sin límites.”

En tal virtud, si bien reconoce que pueden coexistir los tres tipos de economías del Gráfico N°1, plantea en “La economía social y la búsqueda de un programa socialista para el siglo XXI”<sup>18</sup>, varias consideraciones que transformarían las actuales relaciones entre capital y trabajo. Es un gran pionero en impulsar el desarrollo local y los presupuestos participativos. Analiza frecuentemente las vinculaciones de una economía popular y el trabajador como punto de partida de lo que luego debe ser la Economía Solidaria. Los inicios serían, al igual que Razeto, desde una Economía Popular y Solidaria.

Finalmente, se puede colegir que Coraggio se inclina por que no sea el mercado el único que determine el funcionamiento de la Economía, sino que el Estado debe intervenir para que el proceso hacia la Economía Solidaria se consolide y rinda los frutos deseados. Pero advierte que no se puede reemplazar una totalidad por otra totalidad y tiene que darse el ámbito para el esfuerzo comunitario, citando el caso de Villa El Salvador en Perú, que ha construido miles de soluciones de vivienda.<sup>19</sup>

- **La empresa solidaria como organización primaria**

Dado que la economía está en el centro de las preocupaciones mundiales, el ser humano y no la maximización de los beneficios deben constituir el horizonte de las nuevas soluciones, bajo el anhelo de generar ingresos para las personas marginalizadas, mediante modos de gestión participativa. Desde esta perspectiva, la Empresa Solidaria es el núcleo primario, básico, microeconómico en la organización de esta Otra Economía.

---

<sup>17</sup>

Foro Social Mundial, Porto Alegre. Exposición realizada en la Conferencia sobre Economía Solidaria dentro del Eje I: La producción de riquezas y la reproducción social, del 31 enero-5 febrero 2002.

<sup>18</sup>Revista Foro No 62. La economía social y la búsqueda de un programa socialista para el siglo XXI. Encuentro “Los socialismos del Siglo XXI”, Quito, 21-22 de agosto de 2007. Publicado en: Los Socialismos del Siglo XXI, Bogotá Septiembre de 2007.

<sup>19</sup> Aseveraciones realizadas en el Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. 50 años de la FLACSO. 29-31 de Octubre 2007. Quito.

## **Compromisos de las Empresas Solidarias.<sup>20</sup>**

A continuación se detallan los compromisos que mantienen estas unidades productivas para ser consideradas solidarias:

- Dan respuesta a los cuatro principios de base y eligen objetivos prioritarios en la lista de los criterios complementarios propuestos en la Carta de la Empresa Solidaria.
- Controlan regularmente si sus prácticas son coherentes con los principios que se comprometieron a respetar, remediando faltas eventuales y publicando cada año su balance solidario
- Asociar en esta gestión al conjunto de las personas implicadas en la empresa u organización

### **Los cuatro principios de la Carta de la Empresa Solidaria son:**

- **Igualdad.** Satisfacer de manera equilibrada los intereses respectivos de todos los protagonistas (trabajadores, empresarios, socios o accionistas, clientes, proveedores, comunidad local, y más.) interesados por las actividades de la empresa o de la organización.
- **Empleo.** Crear empleos estables y favorecer el acceso a personas desfavorecidas o poco cualificadas. Asegurar a cada miembro del personal condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y su toma de responsabilidades.
- **Medioambiente.** Favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el medioambiente a corto y a largo plazo.
- **Cooperación.** Favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización.

**Los criterios complementarios.** Tienen que ver con la manera en que la empresa o la organización es gestionada y estructurada, como son sus métodos de producción, y el compromiso para promover una sociedad más solidaria. Si bien es ilusorio pretender que se satisfagan la totalidad de estos criterios, ya que los mismos caracterizan una empresa solidaria ideal, el compromiso es empezar. Cada empresa u organización en una primera fase valorará cuáles son sus puntos fuertes y también sus lagunas respecto al conjunto de estos criterios según su propia escala de valores. En una

---

<sup>20</sup> www.selba

fase ulterior precisará los criterios que serán objeto de un esfuerzo particular por su parte en un plazo determinado. La aplicación de estos criterios necesita, por supuesto, tener en cuenta las realidades locales regionales (económicas, sociales, culturales) y las dificultades específicas de cada sector de actividad.

Los productos, servicios, acciones propuestas o realizadas por la empresa u organización solidaria contribuyen a mejorar la calidad de vida.

Debe estar integrada en su ámbito local desde el punto de vista económico, social y ecológico. Debe minimizar los gastos indirectos a cargo de la comunidad. Dialoga regularmente con los grupos o personas mediante sus acciones, productos, servicios o sus procesos de producción.

La empresa u organización se gestiona de la manera más autónoma posible con respecto a los poderes públicos o a toda tercera organización aunque ésta la financie.

Adopta una posición crítica respecto a los excesos inducidos por la carrera productivista y no productiva, la competitividad y las inversiones tecnológicas.

Desarrolla relaciones comerciales justas (según los principios del comercio justo).

La circulación de información está asegurada dentro y fuera de la empresa u organización. Se relaciona con los aspectos financieros y humanos de la gestión, las estrategias de desarrollo, la estructura jerárquica de la organización, su impacto en la sociedad.

Los trabajadores están asociados a decisiones que conciernen a su trabajo o al futuro de la empresa. Los procesos favorecen la democracia interna.

Se crean fórmulas de reparto de tareas acompañadas por la creación de puestos de trabajo.

Se presta una atención particular a la calidad del trabajo y a una mejora de la cualificación de todo el personal, gracias en particular, a las evaluaciones, la formación y los instrumentos de trabajo adaptados.

De haber voluntarios en la organización, se llevará a cabo una reflexión colectiva sobre el papel del voluntariado y sus condiciones de trabajo.

Tendrán garantizada una integración y una formación correctas. Sin embargo, la prioridad se centrará en el aspecto del trabajo remunerado. No

se aceptan grandes diferencias entre el salario más alto con el salario de la más baja escala. Se ponen topes de 1 a 10 por lo general como máximo. Aunque en la crisis importa más conservar el empleo y no importa reducirse el salario, pero que todos se mantengan en el puesto de trabajo.<sup>21</sup>

La empresa u organización apoya iniciativas solidarias emprendidas en el seno de los grupos o regiones desfavorecidas, ahora conocida como Responsabilidad Social Empresaria, RSE.

### **La auditoría social**

Es un proceso que permite a una organización evaluar su “eficacia social” y su comportamiento ético en relación a sus objetivos, de manera que pueda mejorar sus resultados sociales o solidarios y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad. Para poder referirse a una norma internacional y permitir una aplicación adecuada de la auditoría social, se han definido principios claves remitiéndose a experiencias ya adquiridas. El principio de base de la auditoría social es el siguiente:

- Generar un mejoramiento permanente del resultado solidario de la empresa

Otros principios definen las cualidades que debe reunir una buena auditoría social:

- **Perspectiva múltiple:** incluye el punto de vista de todos aquellos comprometidos por la actividad de la empresa
- **Completa:** cubre todos los aspectos del resultado social y ambiental de la empresa
- **Comparativa:** herramienta de comparación de un periodo al otro, en relación con organizaciones similares y con normas sociales establecidas utilizando indicadores cualitativos y cuantitativos pertinentes
- **Regular:** se trata de un proceso de largo alcance y no de una operación puntual
- **Controlada:** por controladores externos sin implicaciones en la actividad de la empresa

---

<sup>21</sup> Koldo Saratzaga no comprende como cooperativas mantienen 280 categorías salariales para 500 personas y en otra se registra 85 categorías para 120 personas. Cada persona tiene su propia categoría o en el mejor de los casos dos de ellas, página 151 de su libro “Un nuevo estilo de relaciones. Para el cambio organizacional pendiente”. Prentice Hall, 2007

- **Pública:** los informes regulares que se refieren al desenvolvimiento de la auditoría social son publicados y comunicados a todas las personas comprometidas (tanto internas como externas).
- **La Economía Social en Europa, diferencias y similitudes con la Economía Solidaria aplicada en América del Sur**

### **El enfoque de la Economía Social Europea<sup>22</sup>**

“Elementos de Economía Social. Teoría y Realidad” identifica en el Norte a cooperativas, sociedades laborales, asociaciones, fundaciones, mutualidades, empresas de inserción, centros especiales de empleo, y más, como los subsectores que conforman a la significativa y creciente Economía Social, un Tercer Sector económico distinto del Sector Público y del Sector Privado tradicional capitalista.

Tercer Sector genuino que despliega su actividad por toda la economía, pero es especialmente relevante en áreas socialmente sensibles como son el empleo, la agricultura, los servicios sociales, el crédito, el desarrollo local o la cooperación al desarrollo.

Chaves, Monzón y Sajardo la definen como un conjunto de organizaciones microeconómicas privadas, en la cual quienes toman las decisiones y se benefician de sus resultados no son inversores capitalistas, sino los miembros de los grupos organizados.

Dividen a las entidades en orientadas al mercado y orientadas al no mercado. En el siguiente ejemplo están las entidades reconocidas en España<sup>23</sup>.

#### **Entre las empresas orientadas al mercado están:**

- Las empresas no financieras:

Cooperativas: de trabajo asociado, de consumidores, agrarias, de enseñanza, mar, transportes, viviendas, sociales, sanitarias, y más. Sociedades Laborales, Sociedades Agrarias de Transformación y Empresas mercantiles no financieras controladas por la Economía Social.

---

<sup>22</sup> Chaves Rafael, Monzón José Luis y Sajardo Moreno Antonia. Elementos de Economía Social. Teoría y Realidad.

<sup>23</sup> Chaves Rafael, Monzón José Luis. Capítulo 1 La Economía Social y La Política Económica. Elementos de Economía Social. Teoría y Realidad.

- Las Instituciones de crédito: Cooperativas de Crédito como: Cajas Rurales y Cajas Laborales y Populares. Secciones de Crédito de las Cooperativas. Cajas de Ahorro de determinadas Comunidades Autónomas.
- Empresas de seguros: Mutuas de Seguros, Mutualidades de Previsión Social Cooperativas de Seguros

### **Entre las empresas del no mercado están:**

Instituciones sin fines de Lucro al Servicio de los Hogares (ISFLSH), que se considera producen servicios no destinados a la venta. También se detallan: Asociaciones, Fundaciones, Instituciones religiosas, partidos políticos, sindicatos.

Una Ley de Economía Social está siendo preparada en España por un Grupo de Expertos presidido por el catedrático de la Universidad de Valencia y presidente de CIRIEC-España, José Luis Monzón<sup>24</sup>. Este anteproyecto que se encuentra terminado se convertirá en una legislación pionera, la primera que con estas características se apruebe en el ámbito de la Unión Europea.<sup>25</sup>

Un gran optimismo reina en Europa por el renacimiento de la Economía Social en los nuevos países miembros de la Unión Europea. Pero también, en Rusia, se trata de profundizar los aportes que entregan los modelos nórdicos y bálticos en este marco social.

El evento “La Economía Social en un mundo confrontado a una crisis global” organizado en Suecia del 1º y 2º de agosto del 2009, se revisó las políticas y proyectos de apoyo al continente Africano, y a lo que se denomina en Europa, la Economía Social emergente tanto de las aplicaciones de Iberoamérica como de los países del Asia.

- **La Economía Social y la Economía Solidaria.**

Por lo observado, en Europa la Economía Social, se centra en las personas pero sin importar el nivel socioeconómico de las mismas, se preocupa en la producción y el consumo con las características diferenciadoras ya establecidas de la Economía Capitalista. El sector más relevante lo representan las cooperativas.

---

<sup>24</sup> Integran la Comisión los catedráticos Rafael Calvo Ortega y Fernando Valdés Dal-Re, de la Universidad Complutense de Madrid, así como por los profesores de la Universidad de Valencia Rafael Chaves Ávila y Gemma Fajardo García.

<sup>25</sup> Observatorio Español de la Economía Social. 7 de mayo del 2009.

Mientras que, en América Latina, la Economía Solidaria agrupa actividades de los grupos comunitarios asociados de diversa índole, que en su mayoría presentan graves carencias económicas y sociales, y que incluyen grupos de profesionales y otros similares, que también sufren la falta de oportunidades para generarse ingresos dignos.

El campo de acción es analizado ampliamente por ser el motivo primordial de este texto, ya sea en sus contenidos verticales y en los transversales.

De esta manera, sus similitudes son la promoción organizaciones productivas con personas asociadas no las del egoísmo individual, la cooperación y la búsqueda del bien común despreocupándose de la rentabilidad financiera particular, pero si de la rentabilidad social.

Tanto en Europa como en América Latina, se ejecutan programas y los proyectos considerando la conservación y mejoramiento de la naturaleza en este marco solidario.

### **1.3 Factores de la producción solidarios**

La Economía Clásica considera como factores de producción a los recursos naturales, el trabajo, el capital, a los cuales se agragan la tecnología, la capacidad gerencial o management, y se fija en las relaciones entre la sociedad y el individuo, el nivel de empleo, la salud, educación, vivienda, recreación, cultura, democracia y el espacio.

Pero, en la Economía Solidaria, estos mismos factores de la producción tienen un valor agregado nuevo y diferente.

Esta connotación diferenciadora frente al comportamiento del modelo económico capitalista, determina un enriquecimiento no estimado por las Cuentas Nacionales, pero de gran beneficio para la sociedad más necesitada.

Todos aceptan desde el análisis de la economía convencional, que para cada factor de la producción existe una contraprestación: así para la tierra está la renta, para la mano de obra la remuneración, para el capital el interés, para la tecnología la regalía<sup>26</sup>, para el management o gerencia bonos, derechos de propiedad o acciones, regalos y más.

La diferencia estriba en que existen en numerosas organizaciones factores de la producción solidarios, que no reciben ninguna contraprestación, de

---

<sup>26</sup> Una regalía es el pago que se efectúa al titular de derechos de autor, patentes, marcas o know-how a cambio del derecho a usarlos o explotarlos.

esta manera la generación de capital social se incrementa significativamente.

Bajo estas normas establecidas en forma voluntaria, los dueños de los factores productivos en las organizaciones solidarias actúan de la siguiente manera:

- **Recursos Naturales, también conocido como factor Tierra:**

Cada vez se conciencia sobre el costo económico que significa el deterioro de la Tierra por la indiscriminada explotación a que el hombre la somete. Los resultados desastrosos se vislumbran en una mayor erosión del suelo, cambio climático, comportamientos sociales inusuales de las comunidades afectadas frente a los beneficiarios del uso y abuso de los recursos naturales. Relaciones deterioradas entre las grandes empresas que explotan las minas y el petróleo y las poblaciones cercanas que se oponen a estas producciones.

Estas comunidades consideran como graves atentados a la vida humana y a la naturaleza lo sucedido en las áreas hidrocarburíferas, mineras, así también por las aplicaciones incontroladas de químicos a los suelos para mejorar el rendimiento de las producciones agrícolas, la tala sin control de árboles primarios y también secundarios, deterioro de las vías fluviales por el descargue de los desechos químicos de las unidades productivas y las unidades habitacionales, emisiones de gases de diverso origen como fábricas, transporte y más, la consecuencia el efecto invernadero.

Para evitar que se acentúe el deterioro del equilibrio ecológico, aparece el concepto de reconocer derechos de la naturaleza, y se conmina a restaurar los daños ocurridos a quienes los hayan ocasionado.

Una nueva posición de defensa de la naturaleza que evite su deterioro de manera irremediable, es pagar por su NO EXPLOTACION, de esta manera se contrapone a la EXPLOTACION DE LOS RECURSOS NATURALES generadora de pingües utilidades.<sup>27</sup>

Con esta pauta, la Tierra gana, el hombre y las especies animales y vegetales también, la esperanza está en sortear la catástrofe ambiental, ya que muchos vaticinan será apocalíptica.

---

<sup>27</sup> Ecuador lidera una primera propuesta mundial. No explotar una gran reserva de petróleo en su Amazonía, a cambio de recibir una compensación monetaria para mantener el incomparable medio ambiente y compensar a las comunidades pobres del lugar. El planeta se beneficiará al no recibir miles de toneladas de gas carbónico de los 920 millones de barriles estimados en el campo ITT.

- **El Trabajo: Voluntariado, el trabajo de las amas de casa**

Además del trabajo remunerado por relación de dependencia o de autogestión, se identifica al voluntariado, que es la participación del trabajo de las personas en tareas productivas y sociales sin recibir ninguna remuneración. Tiene un enorme impacto al generar riqueza no para ellos sino para las comunidades beneficiarias. Ejemplos de voluntariado entregan los jóvenes que participan en el comercio justo en Europa y, en América Latina, apoyos visibles están en la construcción de viviendas para los más desposeídos.

Pero también la minga, una característica del mundo andino es otra forma de voluntariado que permite un ahorro significativo en el costo financiero de las obras dentro de las comunidades que la practican.

Las tareas de las amas de casa no se remuneran y tampoco se cuantifican, son diarias y sacrificadas, éstas posibilitan que se lleven a cabo actividades, que de otra manera serían costosas. Este trabajo de hogar está siendo incluido en el marco de la Seguridad Social en Ecuador. La Nueva Constitución 2008, en su artículo 368, establece “Las prestaciones para las personas que realizan trabajo doméstico no remunerado y tareas de cuidado se financiarán con aportes y contribuciones del Estado. Estas prestaciones sociales deberán estar debidamente financiadas”. Es decir si bien la labor doméstica no incide, ni se relaciona directamente con la administración Estatal, sino a los hogares, esta entrega monetaria se otorga a un sector que contribuye con el 19% del Producto Interno Bruto de Ecuador y en muchos casos esta desamparado.<sup>28</sup>

- **El capital social.**

Una gama muy amplia de nuevos productos se ha desarrollado en este campo, en el marco de la Economía Social de los países del Hemisferio Norte. El mismo término capital social, establece, por una parte, que no es potestad del dueño de estos recursos usarlos indiscriminadamente, sino que deben ponerse a favor de los intereses de la comunidad y no únicamente de la ganancia.

De esta forma, nacen las donaciones, la asistencia y la cooperación nacional e internacional no reembolsable, el perfeccionamiento de las finanzas éticas y solidarias, banca ética, relacionada con las inversiones socialmente responsables.

---

<sup>28</sup> Diario El Comercio. Los beneficios para las amas de casa siguen como ofertas., página 2, 10 de mayo de 2009. Ecuador.

Las donaciones bien administradas constituyen un gran aporte para llevar adelante los proyectos de la Economía Solidaria. Aunque hay experiencias negativas de las desviaciones hacia el aprovechamiento personal o de unos pocos en detrimento de la colectividad. Este tema, por su importancia, incluso ha merecido un libro de amplio análisis por parte de Luis Razeto.

La banca ética se presenta de varias formas, como la prestación de dinero con una tasa de interés muy reducido, una participación en los resultados económicos en los proyectos de Economía Solidaria y por último la concesión del crédito sin el cobro de una tasa de interés y otros costos financieros adicionales.

En todo caso, una diferencia entre inversión socialmente responsable con donación es que en la primera existe el retorno del capital y en la segunda no. Ambas prestan un apoyo decidido a sectores muy vulnerables de la sociedad. El capital social incluye las mejoras del conocimiento de las personas.

- **La Tecnología: el libre uso**

Los avances de la tecnología como fuente de poder en especial con la aplicación a rajatabla de las patentes, determinan que la Economía Solidaria proponga el concepto de "tecnología apropiada", la misma que contiene las siguientes características:<sup>29</sup>

- Pragmática: conforme a la experiencia y los recursos humanos disponibles.
- Accesible: fácilmente adaptable y financieramente adecuada.
- Compatible cultural y socialmente: que no haga desaparecer usos y prácticas tradicionalmente existentes y que se han revelado eficientes.
- Aplicable a pequeña escala.
- Autónoma y autosuficiente.
- Ecológicamente sostenible: de bajo consumo energético, sin residuos tóxicos, biodegradable.
- Mejora las condiciones de trabajo y

---

<sup>29</sup> Escorihuela José Luis. Principios de la Economía Solidaria, <[jled07@jazzfree.com](mailto:jled07@jazzfree.com)> Página 5.

- Mejora la calidad de la vida social.

Es decir, la tecnología es apropiada si, además de su dimensión económica, tiene en cuenta las otras tres dimensiones de la actividad humana: la ecológica, la social y la cultural.

La tecnología libre incluye todos aquellos conocimientos tecnológicos que respetan las libertades del conocimiento. Incluyen entre ellos el software libre, el open source o código abierto, el hardware libre o el hardware abierto, y los estándares abiertos. Son tecnologías que permiten su libre reutilización. Los productos/servicios generados con ellas no necesariamente son gratuitos. Desde las administraciones públicas su promoción bajo el argumento del uso no discriminatorio de la tecnología, la reducción de la brecha digital y la reducción de dependencia respecto de los proveedores de tecnología esta siendo fuente de gran debate.<sup>30</sup>

En las tecnologías de información y comunicación se encuentran ejemplos de compartir sin costo los avances realizados y son ejemplos de solidaridad con las comunidades más necesitadas. Esto en contraposición de Microsoft por ejemplo, que cobra en forma exagerada sus productos.

El caso del software libre Linux es reconocido porque comparte los avances tecnológicos con la comunidad mundial sin ningún pago. También el uso de Mozilla Firefox, el navegador libre tiene ya en Europa una cuota de mercado del 28%.

También en la medicina, los medicamentos genéricos pueden ser de gran ayuda porque no pagan derechos de patentes, aunque se cuestiona que los mismos, no tienen los mismos resultados en la recuperación de la salud que los medicamentos de marca, situación controversial.

- **El apoyo gerencial solidario.**

Desde muchas décadas atrás, personal jubilado de gran capacidad gerencial, aportan con sus conocimientos a requerimientos de países más pobres o menos desarrollados, sin ninguna remuneración o valor muy reducido, estas tareas laborables la practican los profesionales que desean continuar siendo útiles a la sociedad mundial.

Igualmente fundaciones especializadas en apoyos a comunidades pobres también colaboran con el envío de profesionales sin costo para apoyarlas y solucionar sus requerimientos.

---

<sup>30</sup> [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). Tecnologías libres.

Estos breves ejemplos citados de los miles que funcionan, procuran que la cultura de la solidaridad incremente esta riqueza social.

Una medición de estos resultados solidarios permitirá magnificar su contribución en el crecimiento del PIB mundial y por cada economía nacional y, en el real bienestar de las comunidades.

- **Factor C<sup>31</sup>**

Luis Razeto añade a estos factores de la producción, uno muy especial que lo señala como consustancial a la Economía Solidaria es el Factor C, que se deriva de las palabras compañerismo, comunidad, cooperación, colaboración, comunión, coordinación, coraje y otras más que signifiquen unidad de trabajo. Razeto comparte una vivencia suya ocurrida en Venezuela, cuenta que mientras explicaba el “factor C” en una comunidad, un hombre anciano y de larga trayectoria en la acción social dijo: “A ese factor c yo le pondría una C mayúscula, porque para mí todo ello engloba el factor Cristo”. Razeto aceptó y siempre desde esa ocasión lo menciona con letra mayúscula.

Por tanto, el nuevo factor integra a los modelos y análisis económicos solidarios, junto a los otros factores destacados anteriormente. En la reflexión de Razeto está el hecho de que, si en cualquier empresa, hasta en las más grandes y modernas, se incrementara la solidaridad, con seguridad la organización sería más productiva y eficiente. Si en el mercado hubiera más solidaridad, el mercado sería más perfecto y funcionaría de mejor manera. Si en las políticas públicas y en las decisiones económicas del Estado hubiera mayores dosis de solidaridad, esas políticas serían mejores y sus resultados más eficientes. Por ello concluye que el aporte del factor C a la economía es incalculable.

Como contrapunto se recogen criterios que discrepan sobre si la mano de obra es un factor de la producción. Se argumenta, que como todo se diseña para beneficio de las personas, es desacertado que forme parte del componente productivo al igual que los recursos naturales, las máquinas, el dinero, la tecnología, el conocimiento administrativo.

En fin, la discusión está abierta. Parafraseando a la teoría económica convencional, con el pleno funcionamiento de estos factores de producción solidarios se estaría levantando una “oferta agregada social”.

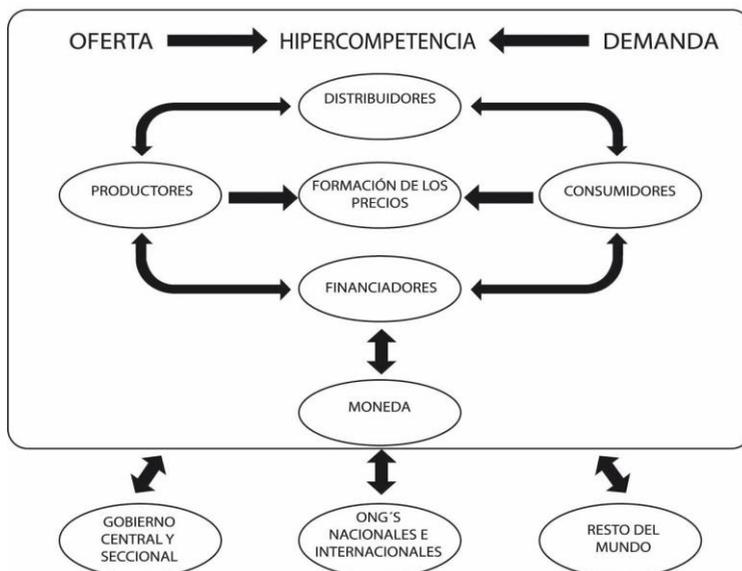
---

<sup>31</sup>Razeto Migliaro Luis. El “factor c”: la fuerza de la solidaridad en la economía. [www.neticoop.org.uy](http://www.neticoop.org.uy). Entrevista.

## 1.4 Los Sectores componentes de la Economía Solidaria

Para una rápida comprensión de los sectores que componen la Economía Solidaria, se revisa en primer lugar el modelo básico de cualquier economía abierta y con gobierno, Gráfico N° 2 y luego se examina como funcionan los sectores en el marco de la Economía Solidaria que se visualiza en el Gráfico N° 3.

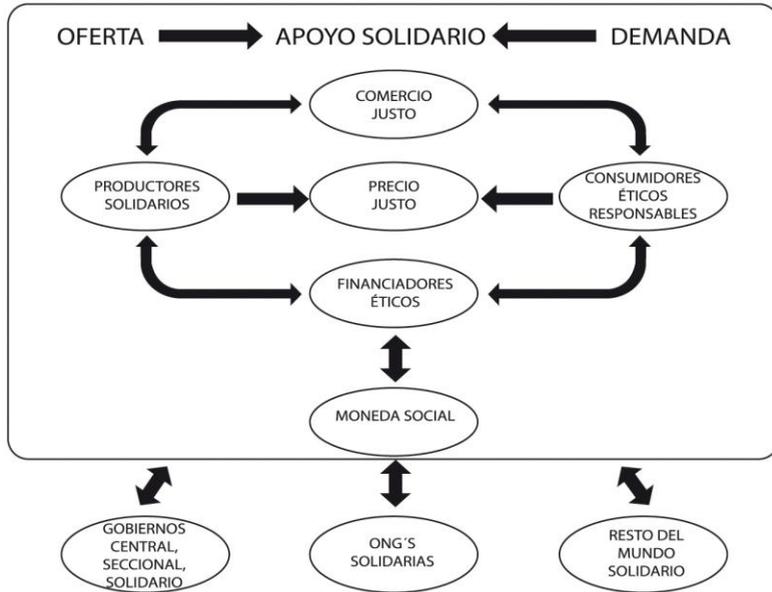
Gráfico N° 2 Funcionamiento de la Economía abierta y con gobierno.



Una economía convencional está sujeta a las fuerzas de la Oferta y la Demanda. Por un lado, están las familias y empresas de diferente tipo de propiedad que producen y comercializan bienes y servicios, por el otro lado están las familias y las empresas de diferente tipo de propiedad que consumen, en el medio se forman los precios resultado de quienes pugnan por ofrecerlos con los que batallan por adquirirlos. Estas transacciones se hacen fluidas a través de la emisión de la moneda y de las organizaciones que administran los flujos financieros. Este funcionamiento no es del todo libre, ya que en diversos grados se presentan normativas para controlar al mercado y, recae esta responsabilidad en el Gobierno Central y Gobiernos Locales. La presencia de Organizaciones No Gubernamentales es más evidente en el marco de apoyo, cooperación y asistencia técnica. El Resto del Mundo toma parte e influye en las economías domésticas, así, los países restantes, las organizaciones internacionales de diversa índole fomentan, comercializan, financian y controlan a la economía mundial.

Actualmente, con la globalización la interdependencia de las economías es incontestable. La Hipercompetencia termina generando monopolios, los pequeños siempre sucumben o son absorbidos por los grandes.

Gráfico N° 3 Funcionamiento de la Economía Solidaria



La economía al transformarse en solidaria y participativa modifica su comportamiento. La Oferta y la Demanda ya no son fuerzas antagónicas sino complementarias, las unidades productivas no buscan eliminarse entre sí, trabajan en redes solidarias. Los objetivos básicos son el bienestar de las personas del cuidado a la naturaleza, lo demás se subordina. Se guían por valores y principios, su medición difiere de los indicadores tradicionales.

Varios conceptos aceptados por la economía convencional son parcial o totalmente dejados de lado, y se incorporan de esta manera actitudes como evitar el libertinaje en la producción, la acumulación desproporcionada de las ganancias en la producción, comercio o servicios, consumo con previo conocimiento del origen del producto, financiamiento con costos mínimos o en muchos casos sin ellos. No hay la hipercompetencia para la formación de los precios, sino el acuerdo entre productores y comercializadores, sin embargo, aparece el sobreprecio que es un premio de los consumidores a las producciones solidarias. En ciertos casos se recurre a la emisión de monedas sociales locales, a fin de no caer en la fatalidad de la escasez sino de regresar a la abundancia. Aparecen innumerables organizaciones que

arriman el hombro desde todos los ángulos del conocimiento como la ciencia y la tecnología y el mismo trabajo no remunerado puestas al servicio de las causas sociales.

Se ligan en la Economía Solidaria sectores transversales, que actúan en la producción, comercialización, financiamiento y consumo como: Los Centros Direccionales

- Cooperativismo de: Producción, Comercio, Ahorro y Crédito, Vivienda, Transporte, Trabajo, Consumo y, más.
- Empresas Solidarias, en especial el sector empresarial asociativo.
- Empresas Laborales.
- Alianzas Estratégicas empresariales en forma asociada.
- Redes de Comercialización Solidaria.
- Finanzas éticas y solidarias.
- Moneda Social.
- Trueque y otras formas similares.
- Gobiernos solidarios.
- ONG´s nacionales e internacionales con objetivo solidario.
- Organizaciones internacionales con posiciones claramente sociales.

De acuerdo a Manish Verma<sup>32</sup>, la comunidad y el pueblo en su totalidad constituyen el corazón del modelo y se compone de:

- Procesos que involucran la utilización de los recursos disponibles con criterio enteramente social.
- Reconocimientos al valor del trabajo y la búsqueda de formas de preservar y maximizar su utilización.

---

<sup>32</sup> Artículo GAT i.e. Solidarity Economy?

- Priorización de la autosuficiencia y cooperación antes que la dependencia.
- Uso prudente de los recursos basados en las verdaderas necesidades y no en el consumismo desproporcionado.
- Sistemas y administración basados en procesos democráticos como cooperación y participación antes que en el control y las decisiones verticales.
- Valores y principios éticos que juegan un rol importante en el desarrollo de este modelo.
- Sostenibilidad y respeto de la cultura, lenguaje y costumbres de la comunidad.

**¿Qué es entonces la Economía Solidaria?** Es procurar el bienestar de todas las personas, sin exclusión de ningún tipo y sin dañar, e incluso mejorar, los sistemas naturales.<sup>33</sup>

La Economía Solidaria se basa en la liberación del potencial que tiene inherente la humanidad.<sup>34</sup>

Los encuentros internacionales de Lima (1997) y de Quebec (2001) de la RIPESS (Red Intercontinental de Economía Social y Solidaria) consensuan esta definición de la Economía Social y Solidaria “considera que el ser humano representa la cosa más importante en el desarrollo económico y social. La solidaridad en economía depende de un proyecto que no es sólo económico pero también político y social y que da origen a un nuevo funcionamiento político y a una nueva manera de establecer relaciones humanas, tomando como base el consenso y la acción de los ciudadanos”. (Declaración de Lima, 1997).

Un grito de aliento se inscribe en el mensaje de Andrés Esteban:

“Somos pocos, pero cada día somos más. Somos débiles, pero cada día somos más fuertes. Somos utópicos, pero cada día nuestras realidades son más palpables. Somos gente muy diversa y dispersa, pero cada día estamos más y mejor organizados. Somos mayoritariamente gente del Norte, pero cada vez tenemos y hacemos más presencia al Sur. Ya no somos inocentes, ni en la buena ni en la mala, pero seguimos aportando

---

<sup>33</sup> www.selba.

<sup>34</sup> Omaña Reyes Alma Cecilia y Santiago Jorge Santiago. Si Uno Come, Que Coman Todos, Economía Solidaria” publicado por DESMI.

para cambiar esta sociedad. Y estamos convencidos que la economía solidaria esta cargada de futuro”.

La Economía Solidaria ha tardado en presentarse como un modelo completo e interconectado, y ha dado la sensación de esfuerzos aislados de grupos llenos de ansias por cambiar el mundo, pero sin organización. “El desafío de quienes se involucran y creen en ella es armarla, darle armonía y promoverla sin descanso, no ser excluyentes sino incluyentes”.

Todas las experiencias solidarias no persiguieron la eliminación de los que no piensan igual, mas bien están en contra de actitudes revanchistas, no concuerdan con los más extremistas que argumentan si los detentadores del poder no nos incluyeron en su oportunidad, porque nosotros ahora si debemos incluirlos. Con esta carga negativa se propenderá el regreso de realidades que el mundo vió extinguirse o se volverá a confiar en élites que mantienen sin solución los problemas de la humanidad. Es imperativo avanzar con los otros sectores económicos. Lo bueno que se identifique en cada uno de ellos hay que preservarlo y lo malo eliminarlo, o modificarlo.

Impulsar la Economía Solidaria es para que los sectores bajos y medios de la población dispongan de ingresos dignos, permanentes y suficientes y en el menor tiempo posible. Todos los modelos nos hablan de plazos superiores a los 25 años para cambiar la situación económica, es la fatalidad de John Maynard Keynes, que nos legó su afirmación: en el largo plazo todos estaremos muertos. Se desea rapidez en los logros de bienestar general y la Economía Solidaria ofrece estas alternativas a través de sus patrones de conducta exitosos.

Sin leyes y apoyos explícitos gubernamentales, el modelo ha surgido, por tanto el fortalecimiento viene primero de la fuerza interna de los que la entiendan y contribuyan a su pleno desarrollo. Tampoco se reniega del apoyo estatal, más bien es bienvenido, con este concurso los avances serán más sostenibles y sustentables.

- **Producción Solidaria**

La forma de producir bienes y servicios en forma individual o en forma comunitaria, grupal, asociativa y solidaria marca la diferencia.

Juegan un rol determinante el desarrollo de Cadenas Productivas Solidarias a nivel local, regional, nacional e internacional. Pero es importante el cumplimiento de la normativa para este tipo de producción y que se retroalimenta diariamente a fin de satisfacer al consumidor responsable.

En la mayoría, por no decir casi en su totalidad, las experiencias nacen de grupos con graves dificultades sea por carencia de recursos naturales, localización geográfica desventajosa o por exclusión, social y política a los habitantes. Pero estos colectivos apelaron al coraje y el deseo de salir de esos estados de postración que las circunstancias les impusieron.

Para alcanzar el objetivo trazado tuvieron que vencer sus propios egoísmos, sus limitaciones en conocimientos y disponibilidad de factores de la producción, a la indiferencia o muchas veces la persecución de personas o grupos privados dominantes, o de gobiernos de turno, que se sintieron lesionados por la vitalidad de estos nuevos actores.

Los productos de la oferta exportable desde los países pobres están representados principalmente por el café y derivados, cacao, azúcar, otros alimentos no procesados y procesados, elaborados y derivados, textiles de ropa, hogar, complementos para decoración, juguetes, artesanías.

### **Áreas Físicas para la Producción Solidaria**

Como novedoso aporte se registra la construcción y funcionamiento del primer Parque Empresarial Cooperativo para la Economía Social en la Carlota, Córdoba España. Este proyecto es patrocinado por el Ayuntamiento de La Carlota, la Junta de Andalucía y la Confederación de Entidades para la Economía Social (CEPES-A).

Este Parque se inicia con una superficie de más de 10.000 metros cuadrados, contará con quince naves de 620 metros cuadrados cada una y un Centro de Servicios Avanzados.

El Parque Empresarial Cooperativo de La Carlota permitirá optimizar sinergias entre las empresas de Economía Social que se instalen en el mismo y contará con la tutela de una Comisión Mixta de Seguimiento, compuesta por representantes de todas las instituciones que lo han puesto en marcha.<sup>35</sup>

En Perú, se localiza el Parque Industrial en Villa El Salvador, en la periferia de Lima, que en recuadro N° 7 se detalla su trayectoria.

También, en Itajaí, funciona el Centro de Economía Solidaria, espacio físico para que compradores y vendedores se pongan en contacto.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Galayos Coop. Algunos ejemplos de grupos empresariales específicos de la Economía Social.

<sup>36</sup> ADITAL. Itajaí, tiene nuevo Centro de Economía Solidaria. 26 de diciembre 2006.

## **Producción Alimentaria**

Para las comunidades pobres la alimentación es el tema más sensible en su diario vivir, ya que la carencia de alimentos trae consigo una secuela de hambre y desnutrición, por un lado, y la producción agrícola es la que mayores resultados exhibe para generar ingresos a los pobres, por el otro.

Se hace imprescindible referirse a dos conceptos que están en la palestra de la discusión mundial por el alto grado de sensibilidad en las propuestas de los diferentes países y organizaciones: la Seguridad Alimentaria y la Soberanía Alimentaria.

## **Seguridad Alimentaria**

Cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida sana y activa, existe seguridad alimentaria.

Cuatro dimensiones se desprenden de esta definición y corresponden a la disponibilidad en cantidades suficientes de alimentos; acceso a los recursos adecuados para disponer de los alimentos; utilización biológica de los alimentos a través de una alimentación adecuada, agua potable, sanidad y atención médica; estabilidad, es decir acceder a los alimentos en cualquier momento.<sup>37</sup>

Diversas manifestaciones se presentan para combatir el hambre, y en este orden se inauguró en Sudáfrica el Banco de Alimentos. La iniciativa constituye un enorme depósito para almacenar los alimentos que donan organizaciones no gubernamentales, agricultores, empresarios agroindustriales y más. Estos productos se los reempacan y se entregan a comunidades con 20 millones de integrantes que no ganan US \$ 1 diario en ese país. Pero las voces críticas señalan que este instrumento no es una solución de largo plazo, sino simple paliativo, que al final mantendrá a la población receptora y a la producción doméstica en una postración permanente.

Una alternativa equilibrada, es el programa Hambre Cero de Brasil, combina la seguridad alimentaria a través de una transferencia directa de dinero a la familia pobre, pero obliga a eliminar el analfabetismo, a enviar a los niños y niñas a la escuela hasta los quince años y a ser parte de los programas de salud del gobierno.

---

<sup>37</sup> FAO. Seguridad Alimentaria. Análisis Económico N°20. Colegio de Economistas de Pichincha, Ecuador. Febrero 2008.

El peligro para esta seguridad, que no debe soslayarse es la decisión de varios países de inclinarse a producir combustibles desde los productos agrícolas. Los denominados biocombustibles aparecen así como competidores de los pobres. Se piensa más en movilizar los vehículos con gasolina biológica, que en la alimentación de los necesitados. La respuesta a esta tentación es utilizar los productos no alimenticios como la higuera para fabricar los biocombustibles, de esta manera se evita que se destinen ingentes volúmenes de alimentos básicos o las mejores tierras para estas demandas.

Otra inquietud es la relación entre Seguridad Alimentaria y Autosuficiencia Alimentaria. Los mayores países productores y exportadores de alimentos, que son los más desarrollados, también están de acuerdo con la seguridad pero no con la autosuficiencia de los países pobres, ya que si éstos reducen las importaciones de estos productos, los ingresos de divisas de los países ricos disminuirán en cada etapa del proceso: producción, transporte, gastos propios de la distribución, costos financieros y más. Esta temática ha sido motivo de delicadas negociaciones en los Tratados de Libre Comercio, TLC's.

### **Soberanía Alimentaria**

Se pueden encontrar diferentes definiciones en relación a la soberanía alimentaria, una de ellas considera que es: "el derecho de cada pueblo a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de los alimentos que garanticen una alimentación sana, con base en la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción y comercialización agropecuaria y de gestión de los espacios rurales, en los cuales la mujer desempeña un papel fundamental." <sup>38</sup>

De esta manera, establece un medio a través del cual se quiere acabar con el hambre y la malnutrición, garantizando una seguridad alimentaria permanente y sostenible para todos los individuos.

En una terminología más entendible, mientras para la seguridad alimentaria lo importante es que a la población se provea de suficientes cantidades y el libre acceso a los alimentos, aunque éstos sean importados, para la soberanía alimentaria es prioritario producir sus alimentos ancestrales respetando a las pequeñas producciones, las culturas y los modos de producción propios.

---

<sup>38</sup> García Xavier. La Soberanía Alimentaria: un nuevo paradigma. Colección Soberanía Alimentaria de Veterinarios Sin Fronteras.

Deriva entonces una sutil confrontación a los famosos fast food o comida de preparación rápida que utiliza alimentos de las contraculturas domésticas, con los slow food o comida de preparación lenta que se elaboran con alimentos nativos. Esta segunda forma se la promueve para protegerse de las actuales enfermedades catastróficas como: diabetes, obesidad, hipertensión, gastritis, cáncer, malnutrición y otros.

## **Transgénicos, Organismos Genéticamente Modificados, OGM**

No se puede dejar de mencionar la gran controversia respecto a los OGM, ya que la producción de los mismos se los compara con los resultados negativos de la Revolución Verde. En efecto, en los años sesenta y setenta del Siglo XX, Norman Borlaug, que incluso recibió un Nobel de la Paz, se lanzó a una la lucha contra el hambre a través de incluir cultivos con variedades de semillas nuevas, en trigo, especialmente, tanto en zonas productoras y exportadoras de alimentos como Estados Unidos, y las zonas hambrientas de México, Argentina, India, Afganistán, norte del Africa, el uso de fertilizantes químicos, utilización intensiva de maquinaria y aperos diferentes a los tradicionales .<sup>39</sup>

Los resultados iniciales positivos, se consideraron debían aplicarse al maíz, al arroz y, otros granos, para que la humanidad no sufra de hambrunas.

Borlaug consideraba que la solución para eliminar el hambre estaba en la oferta de alimentos, por tanto, la solución era producir mayores volúmenes, pero como era agrónomo, no tomó en cuenta los ingresos para las compras, se asumía que los países hambrientos podrían adquirir fácil y automáticamente estos productos alimenticios. Los países pobres se embarcaron en esta revolución, pero a costa de la destrucción de sus producciones nativas, pérdida de recursos genéticos, de las formas ancestrales de cultivos que defendían a la tierra, luego se comprobó que la enorme fertilización química de la tierra terminó desertificándola, en definitiva se atentó a la diversidad agrícola y pecuaria.

Pobres, vacas, cerdos y otros se obligaron a consumir trigo de unas pocas variedades. Solamente en China se dice que se han perdido el 90%, de las 10.000 variedades de trigo que registraba. En Francia casi no existen abejas, la causa es la utilización de químicos especiales que las ahuyenta de las flores. Igual sucede con las razas ganaderas, 1.000 de las mismas han desaparecido, el 15% de las existentes y, en los últimos 15 años alrededor de 300 ya no existen en forma definitiva.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Bickel Lennard. La Revolución Verde. Norman Borlaug y su lucha contra el hambre. Editores Asociados S. A, México. 1976.

<sup>40</sup> Rea Antonio. Seguridad Alimentaria, Pobreza y Desarrollo. Análisis Económico N° 20. Colegio de Economistas de Pichincha. Febrero 2008.

De allí, fue solo un paso al consumo de hamburguesas, perros calientes, dejando de lado el maíz y las tortillas como en México y otros productos nativos en muchos países del Sur (No Soberanía Alimentaria). Nunca se pensó como los pobres adquirirán los alimentos si siempre carecen de divisas, el hambre aparece nuevamente (Inseguridad Alimentaria).

En Ecuador, el trigo de producción nacional abastecía buena parte del mercado interno, ahora apenas representa el 1 o 2% del consumo, el resto se importa de Estados Unidos, Canadá y Argentina, la producción de cebada casi desapareció.

Se espera que no sea el aporte trágico de los OGM's, de los cuales todavía no se tienen las consecuencias reales de la ingesta en la salud y en los genes de la herencia de las personas.

Ante estas incertidumbres, la producción solidaria levanta su bandera para que las personas se conserven sanas y sin temores mediante el consumo de alimentos que conjugan lo orgánico, lo ético y lo justo.

### **Otros sectores productivos.**

No únicamente la producción solidaria se orienta a la agricultura, también están los productos industrializados, la misma agroindustria, textiles, que a veces se los vincula con las artesanías, juguetes, balones, camisetas, joyas en todo tipo de metal, calzado, licores, perfumes y muchísimos más.

- **El Comercio Justo**

La comercialización solidaria tiene su adalid en el comercio justo. No por las cifras transadas sino por el impacto en crear relaciones diferentes entre el Norte y el Sur, Sur – Sur y también Norte-Norte.

### **Comercio Justo ¿Qué es?<sup>41</sup>**

Comercio Justo es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional y otra forma de hacer negocios en beneficio de productores en desventaja, que acerca el productor al consumidor, reduciendo la cadena de intermediarios.

Es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados,

---

<sup>41</sup> España. El Comercio Justo: origen y evolución. Versión 2006. Resumen bajo la responsabilidad del autor. [www.nodo50.org/espanica](http://www.nodo50.org/espanica).

particularmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo se comprometen activamente a apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y llevar a cabo campañas en favor de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional.

Las características esenciales del Comercio Justo son:

- Los productos se compran reduciendo al mínimo el número de intermediarios.
- El precio de compra está en función de los costos de producción. Deben permitir al productor alcanzar un nivel de vida razonable.
- Se establecen relaciones a largo plazo.
- Los contactos regulares garantizan que los productores reciban información sobre la calidad del producto, del envase y de las reacciones de los consumidores.
- Existe para el productor un premio incluido en el precio.
- Redes solidarias de comercialización interna: Numerosos países se abocaron a crear formas diferentes de transacciones, ya que las vigentes beneficiaban excesivamente a los intermediarios tradicionales. Se crean las redes de comercialización interna buscando enlazar a los productores con los consumidores en base a una relación de beneficios mutuos. La construcción de estas redes ha sido tarea muy compleja, ya que engloba la planificación, la normatividad, el financiamiento, la educación, la responsabilidad en el cumplimiento de acuerdos, el impulso a integrarse en las mismas por productos como: lácteos, cereales y más o por sectores sean alimentos, artesanías, cosméticos y más.

### **Características de una transacción de Comercio Justo**

Existen tres condiciones básicas que deben ser cumplidas para definirla.

- Existencia de una relación directa entre productores y consumidores, evitando al máximo los intermediarios especuladores.
- Practicar el “precio justo” que permita al productor y a su familia vivir dignamente de su trabajo.
- Establecer relaciones y contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo.

## **Objetivos del Comercio Justo**

Persigue: obtener un precio y condiciones más justas para grupos de pequeños productores, hacer evolucionar las prácticas comerciales hacia la sustentabilidad y la incorporación de los costos sociales y medioambientales. También busca concienciar a los consumidores sobre el poder que tienen al comprar productos de este comercio.

## **Ventajas que presenta el Comercio Justo frente al comercio convencional**

Los productores pequeños no se ven marginados de los mercados, son reconocidos por su historia y experiencia, fortaleciendo así su identidad productiva y cultural. Los consumidores son beneficiarios por la transparencia de la información en estas transacciones.

## **El comercio injusto**

El modelo de mercado actual empobrece a productores y consumidores a favor de la acumulación y crecimiento de quienes detentan el Mercado Lucrativo, pero empobrece mucho más al productor cuando este es del Sur.

Existen tres actores o sujetos que rigen la economía global: productores, distribuidores o intermediarios y consumidores. Los productores que más valor aportan al ciclo son los más explotados, son los más de 2.000 millones de trabajadores-productores del Tercer Mundo, cuyo salario ronda entre uno y tres dólares al día.

El consumo se da en el Primer Mundo, que concentra el 80% del mismo, aunque representa el 20% de la población mundial.

Por último, el comercio convencional es controlado también por los países más ricos en más de las tres cuartas partes. Las multinacionales marcan el comportamiento en el mercado pues detentan el 70% del mercado global.

El resultado de este modelo es la injusticia estructural, dada por la misma relación de mercado.

La solución para un reparto justo de la riqueza no viene ya del Estado ni de la Cooperación al Desarrollo. La solución está en modificar el modelo.

## **Sujetos que intervienen en el Comercio Justo**

La nueva relación en el comercio justo es libre, directa y honesta entre tres sujetos económicos: a los cuales se identifica a los Productores pequeños y

medianos-asociados [Pa], a los Consumidores-responsables [Cr], y a los Mediadores-facilitadores [Mf].

Como **los consumidores votan todos los días** eligiendo los productos que compran. Este puede castigar o premiar a empresas por su mala conducta frente al medio ambiente, sus trabajadores o su comportamiento en el Tercer Mundo. El reto es que el consumidor pueda recompensar a empresas con objetivos sociales, protectores del medio ambiente y capaces de mejorar las condiciones de los trabajadores del Tercer Mundo. En los países ricos son las tiendas de Comercio Justo, y en los países pobres, son las cooperativas, empresas solidarias y comunidades de pequeños y micro productores que integran un nuevo espacio económico. Las responsabilidades están definidas a continuación:

**El Consumidor Responsable:** Es consciente del poder de su consumo para elegir determinados productos elaborados con dignidad por productores asociados del Sur.

**El Productor Asociado:** Se unen en proyectos solidarios como medio de transformación de la sociedad en los países del Sur.

**El Mediador-facilitador sin Animo de Lucro:** Contribuye a difundir en el Norte, los productos y mercancías elaboradas por los productores asociados sin ánimo de lucro y con intención de favorecer el Comercio Justo.

El grupo de los pequeños y micro productores asociados se organizan dando al capital una nueva dimensión social, un capital compartido.

La lección es que en soledad una familia o una persona productora de mercancías poco pueden hacer en la jungla del mercado.

El expansionismo de las multinacionales y el capital financiero global que actúa con locura al otorgar créditos en Europa y EE. UU, entre el 2,5 al 5,25%, mientras en los países pobres es de un 35% en promedio, se recompensa a los acreedores y se arruina a los deudores son escenarios a los que se enfrentan los actores de este comercio alternativo.

En el Tercer Mundo, los pequeños productores agrícolas toman nuevas responsabilidades, se habla de que más de 500 millones de familias perciben un dólar de salario al día. Son los pobres del mundo, En su calidad de pequeños productores agropecuarios, dueños de la tierra, comprenden que tienen que acceder por su propia cuenta al mercado y escalar sus

empinadas y laberínticas rampas, como dotarse de capital para infraestructuras de almacenaje, transporte, y muchos conocimientos, así también asociarse entre los pequeños, para vender mejor sus productos y buscar allí consumidores favorables.

Un sujeto adicional son las ONG's que acompañan a ambos sujetos en la escalada por su emancipación y facilitan el encuentro directo.

Con la globalización ya no existen las fronteras nacionales y con el desarrollo de las comunicaciones y el transporte es factible llegar a cualquier rincón del mundo. Las condiciones para un encuentro global entre pequeños campesinos productores y consumidores están dadas. Lo mismo que un inversionista se conecta a los mercados financieros a través de Internet, un pequeño productor del Sur puede comunicarse con un consumidor del Norte siempre que cuente con un mediador que se lo facilite.

El Comercio Justo es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional. Es una asociación de comercio que busca un desarrollo sostenible para l@s productor@s excluid@s y desfavorecid@s. Busca proveer unas mejores condiciones comerciales a través de campañas y sensibilización

Aunque el comercio mundial convencional está controlado por las multinacionales, nichos de mercado para el Comercio Justo se encuentran cada vez en mayor proporción. Cuantitativamente la masa de capital que mueve esta comercialización es muy pequeña comparada con el movimiento de los mercados convencionales, pero el valor cualitativo es inmenso y prometedor.

El Comercio Justo es un movimiento social integrado por productor@s, comerciantes y consumidor@s que trabajan por un modelo más justo de intercambio comercial, posibilitando el acceso de l@s productor@s más desfavorecid@s al mercado y promoviendo el desarrollo sostenible.

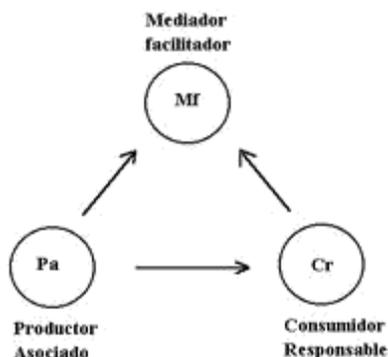
Al mediador-facilitador no le anima lucro, como al comerciante, dispuesto a enriquecerse deprisa y formar un patrimonio de capital personal a costa de los bajos precios al productor, la especulación, el mercado negro, el contrabando, la pérdida de calidad de los productos, el engaño, el fraude, los vínculos con el poder y los bajos salarios. Los nuevos mediadores-facilitadores de ese encuentro feliz son entidades y ONGs, que operan con

ingresos necesarios para afrontar sus gastos, muchas veces bajos pues tienen la ventaja de que sus miembros aportan trabajo solidario y gratuito. Existe entre un 1 y un 5% de la población dispuesta a este tipo de trabajos gratuitos, y pueden hacerlo en sus ratos libres.

En el Gráfico N° 4 están los tres nuevos sujetos económicos, todos distintos a los que operan en la economía convencional.

Esta relación entre estos involucrados constituye una verdadera revolución del mercado, económico, social y cultural al establecer relaciones de apoyo mutuo, restaurar el sentido de comunidad y provocar unos flujos de circulación del capital social, a favor de los pequeños productores, que podrían controlar el mercado.

Gráfico N°4: Los nuevos sujetos económicos del comercio justo.



Fuente: Espánica

### Las primeras formas de Comercio Justo

El movimiento de Comercio Justo nació en Europa, a raíz de la 1ª Conferencia de la UNCTAD (Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) celebrada en Ginebra en 1964. Entonces los países del Tercer Mundo presionaron bajo el lema "**Comercio, No Ayuda**", exigiendo a los países ricos que abrieran sus fronteras a los productos agrícolas de los países menos adelantados, países en desarrollo y emergentes.

Reclamaron el libre comercio, más los países ricos se negaron, al constatar que los bajos precios agrícolas de estos países podían ser tan competitivos en el comercio mundial, que se abría una vía indeseada, la hegemonía perdería sus mercados agrícolas en favor de las naciones periféricas. Prefirieron proteger sus mercados domésticos con barreras arancelarias y

no arancelarias y negar el libre acceso a los mercados. Más bien, ciertos países entregaron recursos confundiéndolas como ayudas al desarrollo y compraron a las élites de la periferia, facilitaron así el desarrollo de ejércitos, la adquisición de armamento al primer mundo y establecimiento de bases militares en el Sur con el pretexto también de la supuesta amenaza comunista y ahora por el narcotráfico y, el terrorismo.

Pero, en el corazón de Europa surgía el Comercio Alternativo o Comercio Justo. En efecto, en 1969 se abre la primera tienda de este comercio en Holanda (Breukelen) y dos años más tarde se registran 120 tiendas operando en dicho país. Fue posible gracias al público holandés de medios y altos ingresos, sensibilizado con las personas de los países empobrecidos y en vías de desarrollo, que aceptó esta forma de hacer solidaridad comprando productos del Sur con un sobreprecio.

Surgió así la primera generación de Comercio Justo, caracterizada por que las mismas Organizaciones asumen la función comercial y son propietarias del capital, en forma colectiva y asociada. Los productos importados por ellas mismas se transan en puntos de venta donde se garantiza su procedencia y se explica al consumidor cuales fueron los precios de compra a los productores, y todo lo que concierne al Comercio Justo. Igualmente, se distribuían los productos a través de colectivos y personas sensibles, Iglesias o Comités de solidaridad.

### **El comercio justo certificado y el comercio justo no certificado**

La existencia de un comercio justo certificado, cuyas condiciones se revisan más adelante se diferencia del comercio justo no certificado, que si bien no tiene condiciones para ser aceptado en los países desarrollados, está operando en sus propios países pobres.

### **La función del “sobreprecio”**

El sobreprecio es condición imprescindible para hacer posible el Comercio Justo. Desde el principio de su nacimiento el sobreprecio acompaña a esta comercialización alternativa y no sería novedad si un supuesto Mediador-facilitador comprara al Productor-asociado de los países empobrecidos o en vías de desarrollo al mismo precio que rige en el mercado mundial. Sería un comerciante común. Los bajos precios hundían a los pequeños productores en la pobreza.

En este orden, aparecen los precios de los productos, como el café, el cacao, el azúcar, el banano, el ganado, el algodón, el arroz, las especias y toda esa gama de los llamados productos de postre, que son exportados a los mercados internacionales a precios que no retribuyen el valor del trabajador en la producción.

Son productos ricos en valor-trabajo, que no se refleja en los precios de venta, de manera que al comprarlos el intermediario obtiene una gran ganancia.

**El aspecto medular del Comercio Justo consiste, en que se paga al productor asociado un sobreprecio que puede oscilar entre un 10 o un 15% por encima del precio de mercado mundial.**

El precio mundial de las materias primas se formó históricamente con trabajo esclavo, como sucedió en las plantaciones del azúcar, el cacao y el café. Actualmente, los comerciantes y grandes compradores calculan el coste de producción de estos productos sobre la base de salarios de un dólar por jornada trabajada.

Después mediante el mecanismo de los precios, la especulación y otros recovecos, los grandes exportadores pueden presionar a la baja en las Bolsas de Nueva York y Londres, donde se establecen todos los días los precios internacionales de estos productos.

Siempre las grandes multinacionales persiguen el abaratamiento de las materias primas. Es la condición, para impedir el ascenso de los precios de estas materias primas y mantener los grandes beneficios comerciales.

La ONG o la Organización de Comercio Justo importadora paga ese sobreprecio para que el productor pueda obtener algún ahorro suplementario y mejore sus condiciones de vida. En este sobreprecio está pues el meollo de la cuestión.

En la fase actual, la pequeña dimensión de estas Organizaciones de Comercio Justo con grandes gastos en sensibilización y mucha competencia impide tener excedentes mayores.

Y, cuando se tienen se invierten en mejorar la tienda o en una campaña de denuncia, o en un proyecto de cooperación internacional. Por lo tanto, debe haber un número suficiente de estos consumidores responsables dispuestos a comprar con sobreprecio.

Los consumidores comunes argumentan que no entienden como eliminando intermediarios el producto sea más caro, lo lógico dicen es que los productos que oferta el Comercio Justo tengan también un precio justo. Entienden por tal un precio más bajo.

Pero el sobrepago solamente está concienciado en los consumidores responsables, que han superado la mentalidad consumista y que están dispuestos a entregar una parte de sus ingresos para abrir un espacio económico distributivo y superador de la pobreza. Por eso, las características que más cultiva este comercio son la fiabilidad, credibilidad y autenticidad.

### **El principio de “fidelización”**

El consumidor responsable es el nuevo sujeto económico clave y al comprar con sobrepago provoca un efecto multiplicador sobre la economía alternativa y solidaria que favorece a las personas de los países del Sur.

A medida que crece el Comercio Justo los consumidores responsables confían en los mediadores-facilitadores que les suministran los productos. Estos consumidores se convierten en el sujeto principal desde el punto de vista del mercado.

Pero, el mérito mayor corresponde a los pequeños productores, quienes hacen el producto, con la calidad adecuada, respeto al medio ambiente y la naturaleza, y garantizando un cambio social en la relación trabajo-capital.

En los países ricos de Europa Occidental, Estados Unidos, Japón existen entre un 2 y un 5% de consumidores y que crecen cada día más, dispuestos a pagar el sobrepago. Y confía en las Organizaciones que lo distribuyen.

A la medición entre lo que se dice y lo que se hace se lo conoce como fidelización.

Tres aspectos básicos garantizan al consumidor que se cumpla el principio:

1. Que el productor asociado reciba un sobrepago.
2. Que los excedentes obtenidos por la Organización de Comercio Justo se invertirán en sus programas y campañas a favor de mejores precios internacionales de los productos del Sur, proyectos de desarrollo, mejora de las Tiendas Solidarias, participación de los excedentes entre los productores y más, de manera que éstos puedan escalar posiciones en el control del mercado.
3. Que no se cierre el paso a otros productores solidarios en su estrategia de control del mercado de sus propios productos.

Las Organizaciones de Comercio Justo deben cumplir estos puntos con un nivel del 100% de coherencia.

## La segunda generación de Comercio Justo:

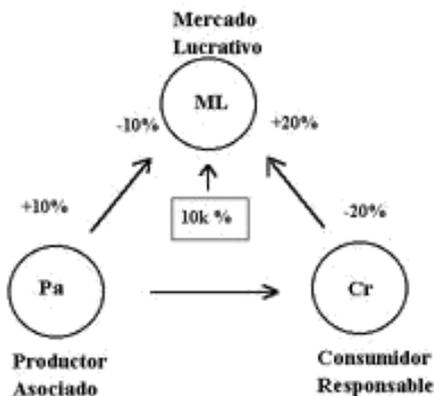
### Los “sellos de garantía” y sus riesgos

Las organizaciones europeas de Comercio Justo garantizan la procedencia, la calidad del producto y el respeto a la naturaleza en la elaboración a través de las marcas de comercio justo o “sellos de garantía”. En Europa existen tres marcas con larga tradición y un amplio mercado: Max Havelaar, TransFair, y Fair Trade Mark, que comercializan con estos sellos. Para certificar esta garantía, tanto los productos como los grupos productores y las organizaciones importadoras y distribuidoras son sometidos a estrictas auditorías de control.

Dos riesgos se encuentran relacionados con lo anterior:

- Que el consumidor responsable se torne pasivo, se desmovilice y se limite a comprar productos con sello de garantía de Comercio Justo y deje de lado a los productos del comercio justo no certificado.
- Que las organizaciones de Comercio Justo renuncien a hacer la comercialización dejando esta función a empresas del sector lucrativo que se legitiman como tales al comprar un sello de garantía . Esto es muy grave para el nuevo modelo.

Gráfico N° 5 La mercantilización del “sello de garantía”.



Fuente: Espánica

Ha prosperado, en Europa, la venta de sellos de garantía a empresas del sector lucrativo. Si bien, se han incrementado el número de consumidores como consecuencia de las campañas de sensibilización, especialmente en la televisión cuyos altos costes son financiados por las transnacionales, el efecto más negativo, es que esta comercialización queda en manos del capital privado, y cierra el paso a los Productores Asociados.

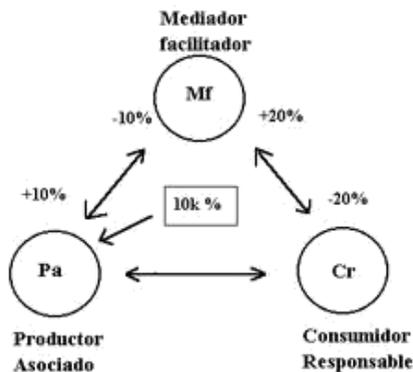
Otro aspecto negativo, los productores no pueden contactar con los consumidores y se pierde este vínculo decisivo. La función del mediador facilitador tiende a desaparecer y las Organizaciones de Comercio Justo se limitan a realizar el marketing sin ningún horizonte definido.

El diferencial o excedente final entre el precio de venta al consumidor y el precio de compra al productor se pierde para la solidaridad, ingresa en la acumulación privada y el consumidor responsable se desactiva.

En el Gráfico anterior, se recogen las consecuencias de las empresas que se apropian del excedente pagado por el consumidor responsable, así el productor no puede participar en la comercialización. El divorcio entre capital mercantil y capital productivo, característico del sistema capitalista se realiza. Una vez que el mediador-lucrativo consolida su posición, la presión de la competencia puede desmoronar y disolver el Comercio Justo. Estos sellos de garantía resultan necesarios, pero estas certificaciones no deben ser sujetas a la venta indiscriminada.

### Hacia la tercera generación de Comercio Justo

Gráfico N° 6: Tercera generación de Comercio Justo. Los productores pasan a participar directamente en la comercialización.



Fuente: Espánica

El Gráfico anterior recoge el proceso que se seguiría, si se persiste en el Comercio Justo, pero sin caer en la venta de sellos de garantía a las empresas lucrativas y buscando una solución alternativa a su administración.

El proyecto asociativo se amplía a los mediadores y los productores comparten el control del mercado. El consumidor responsable se activa y todos participan en el proyecto.

El nuevo camino es darles la posibilidad de entrar como socios en las empresas de Comercio Justo, compartiendo el capital con las organizaciones comercializadoras, y la función facilitadora [Mf], creando así una asociación más amplia entre Productores y Mediadores.

De esta manera, no sólo el 10% de diferencial va al desarrollo, sino que la misma empresa comercializadora, su capital y patrimonio se funde con el capital de los pequeños productores, que abren así un espacio para su participación en todo el proceso de elaboración y distribución del Comercio Justo.

La resolución de la pobreza sólo puede venir de los sujetos que la padecen (pobreza material en el Sur y pobreza moral y espiritual en el Norte). La mira está en el control del mercado, pues desde allí se accede a los medios de comunicación, a los excedentes de valor añadido por el trabajador.

### **La Comisión Europea otorgó su apoyo al comercio justo en los años 90.**

Se comprometió a apoyar al Comercio Justo disminuyendo las barreras que perjudican a los productores del Sur que orientan sus exportaciones hacia Europa". Esto significaba que la Comisión había decidido aplicar la resolución que el Parlamento Europeo votó en enero del mismo año a favor del Comercio Justo.

### **El comercio más grande del mundo a favor del comercio justo**

En los inicios del Siglo XXI, la Unión Europea, UE, con unas importaciones de 632 mil millones de dólares americanos y 565 mil millones de exportaciones, era el bloque comercial más grande del mundo, por ello, se enfatiza la decisión de este enorme bloque económico y comercial otorgando el apoyo al Comercio Justo.

Desde su fundación, la UE lleva una política comercial proteccionista a su agricultura e industria que perjudica a los productores del Sur. Esta política se traduce en el establecimiento de contingentes de importaciones, aplicación de de fuertes aranceles sobre los productos que provienen de

fuera de la Unión, de aranceles progresivos y, en la subvención de las exportaciones de productos agrícolas. El Comercio Justo considera que esta política de defensa de los privilegios del Norte opulento es una discriminación para los productores del Sur. El objetivo del Comercio Justo es eliminar el desequilibrio en los términos del intercambio que la UE tiene con el Sur y conceder un trato preferencial a estas transacciones.

Tomando en cuenta estas consideraciones, las actividades políticas a favor del Comercio Justo se centraron en 1994 en el Parlamento Europeo y la Comisión Europea. Las resoluciones del Parlamento a favor del mismo son de enorme valía y muy legítimas desde una perspectiva democrática. El pleno del Parlamento aprobó la llamada resolución Langer el 18 de enero de 1994. Declara que el Parlamento Europeo:

“Consciente de que las condiciones injustas de intercambio son un factor principal del desequilibrio estructural entre el Norte y el Sur, expresa su apoyo al Comercio Justo”;

-“Pide una coordinación, un reconocimiento y una promoción adecuados a nivel de la UE de las iniciativas que promuevan el Comercio Justo y ético que ya existe en muchos países miembros”,

“Pide a la Unión que tenga en cuenta debidamente, en su legislación y en su presupuesto, la necesidad de promover el Comercio Justo y darle el apoyo necesario; y, entre otras cosas,

“Pide a la Unión que incluya al Comercio Justo como una parte orgánica de su política de desarrollo y cooperación y que trabaje en forma activa en los ámbitos internacionales para promover el desarrollo de este tipo de comercio más justo y más aceptable social y ecológicamente.”

Los defensores del comercio alternativo se dieron cuenta que el principal obstáculo para aplicar políticas de promoción no es tanto por la oposición de los políticos a esta corriente, como su falta de conocimiento sobre la misma. Por ello, la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) organiza cada año desde el 1992 un Día del Comercio Justo en el Parlamento Europeo.<sup>42</sup>

## **El Comercio Justo es una política de desarrollo**

Está claro que este comercio es también una estrategia de desarrollo del Sur, que se fundamenta en el uso del potencial de los productores para conseguir un desarrollo autónomo. Así, se creará una base económica estable para ellos mismos y para su entorno económico.

---

<sup>42</sup> Actualmente, todas las organizaciones vinculadas festejan el día del comercio justo el segundo sábado del mes de mayo de cada año.

Política que influye en el mercado y que es mucho más eficaz para promover un desarrollo sostenible que la concesión de generosas ayudas para los gobiernos del Sur a fin de cubrir sus déficits o construir embalses gigantescos, dos estrategias que han sido onerosas para los pueblos receptores.

## **Redes de Comercio Justo**

Según la EFTA (European Fair Trade Association) existen 3.000 tiendas de Comercio Justo entre sus integrantes. Un comercio equitativo con productos excelentes no es suficiente para mejorar, de manera sostenible, la situación de los productores del Sur marginados en el mercado internacional, se requiere de unidad mediante la conformación de redes.

La red internacional **FINE** agrupa a cuatro organizaciones, y la sigla es la composición de las 4 primeras letras de cada una de ellas, así:

- **FLO** Fair Trade Labeling Organizations International – organización otorgante del sello de calidad del Comercio Justo.
- **IFAT** The International Fair Trade Association – Federación Internacional del Comercio Justo.
- **NEWS** Network of the European World Shops. Red de Tiendas de Comercio.
- **EFTA** European Fair Trade Association – Federación Internacional del Comercio Justo.

**FLO International** organismo mundial de certificación del Comercio Justo. Acoge 21 iniciativas nacionales de 15 países europeos, Japón, EEUU, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y México. Apoya a las organizaciones productoras en las áreas de organización y desarrollo de productos, busca acceso al mercado para ellas y desarrolla normas y criterios para nuevos productos. Además de las iniciativas nacionales, FLO representa también las organizaciones productoras, las importadoras del Comercio Justo y facilita licencias convencionales a través de FLO Cert GmbH. se fundó hace poco esta organización independiente de certificación, con la tarea principal de la certificación de productores y realización de transacciones de Comercio Justo.

**IFAT, The International Fair Trade Association**, organización paraguas de organizaciones de Comercio Justo de 70 países de todos los continentes. La mayoría de los más de 200 miembros son organizaciones productoras e importadoras. Busca mejores posibilidades de mercadeo para estos

productores, así como influir en el mercado internacional a fin de mejorar las condiciones en el comercio de manera sostenible. Un sistema de monitoreo combinando controles internos y externos, eleva la transparencia y credibilidad de los contenidos del Comercio Justo.

### **Logo común de las organizaciones del Comercio Justo a escala mundial:**

Con motivo del Foro Social Internacional de Bombay, India, el logo IFAT para organizaciones del Comercio Justo se introdujo por primera vez.

El logo está a disposición de las organizaciones miembros, bajo el supuesto que hayan aprobado el sistema de monitoreo con éxito. El sistema tiene los componentes de:

- Auto-evaluación, Self-assessment
- Revisión mutua, Mutual review
- Verificación externa, External verification

El logo IFAT no es para productos, sino que califica a los receptores de organizaciones que se comprometen activa y exclusivamente a favor de Comercio Justo.

**NEWS, Network of the European World Shops** es una red de tiendas solidarias de Europa facilitando la cooperación y la unión entre sus miembros, es decir 15 organizaciones nacionales de tiendas de 13 países europeos, gestionadas por más de 100.000 voluntarios y alrededor de 100 empleados.

Los objetivos de NEWS son:

- Unir los intereses de las tiendas del mundo y sus organizaciones;
- Iniciar, dirigir y promover campañas y coordinar actividades a escala europea teniendo como objeto el fomento del Comercio Justo y el trabajo de las tiendas;
- Cooperar con otras organizaciones promoviendo el Comercio Justo y el trabajo de las tiendas de mundo.

**EFTA, European Fair Trade Association**, agrupa once importadoras en nueve países europeos. Los miembros desean hacer el Comercio Justo más efectivo y eficaz, armonizando y coordinando sus actividades,

especialmente en el área de cambio de informaciones sobre los socios comerciales, los productos y asuntos de mercadeo.

Un monitoreo común llevado a cabo según los principios de la división de trabajo, facilita el trabajo de las importadoras y sus contrapartes.

### **Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria, RELACC.**

Fundada en el año 1991 con el objeto de aportar compromiso en la construcción de una sociedad justa, fortalece a las organizaciones participantes mediante la comercialización comunitaria.

Son socios de RELACC las redes nacionales de comercialización comunitaria integradas por organizaciones de productores, consumidores, artesanos e instituciones de apoyo y servicios. Estas son: REMECC México, REMACC Guatemala, COMAL Honduras, CORDES El Salvador, RENICC Nicaragua, PROCOSOL Panamá, REDCOM Colombia, RELACC – Perú, RENACC Bolivia y MCCH Ecuador, FUNDECA Paraguay, CORPROCE Ecuador, Centro de Comercio Solidario de Argentina y la Red de Comercio Justo del Sur de Chile.

La Sede Central de RELACC se encuentra en Quito (Ecuador) y facilita servicios de formación, capacitación técnica, asesoría, información y seguimiento para contribuir al fortalecimiento de las redes nacionales y la unidad de la red en todo el continente. Además, RELACC mantiene vínculos de coordinación en: California, República Dominicana, Argentina, Costa Rica, Uruguay y Brasil.

Así mismo, cada red nacional cuenta con su estructura cooperativa y, en base a su propia realidad, desarrolla diversas y creativas estrategias de formación, capacitación, producción y comercialización.

### **Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo, CLAC.**

La CLAC fue fundada en 1996 y la integran representantes de pequeños productores de Brasil, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Perú y la República Dominicana. Agrupa a 300 cooperativas de productores de Comercio Justo y cuenta con una afiliación de más de 100.000 familias de pequeños productores de 16 países de la región.

Aparte de estos referentes del Comercio Justo en América Latina, existen múltiples redes formales e informales, nacionales o sectoriales, ya se trate exclusivamente de Comercio Justo o de Economía Solidaria, en diferentes países más.

**El Espacio Mercosur Solidario y el Encuentro Latinoamericano de Tiendas** contribuyen en América Latina al avance del comercio justo no solo con sus acciones sino con eventos con las otras redes regionales.

### **Redes de comercio justo Sur-Sur**

Otro aspecto de creciente impacto son los contactos que se crean entre los productores y consumidores del Sur. Un ejemplo es el programa piloto de las organizaciones regionales de Comercio Justo de Oxfam Reino Unido: la oficina de Filipinas decidió vender artesanía del país en una tienda de Bangkok que cuenta con el apoyo de Oxfam, con excelentes resultados. Así, como en el Norte, también en el Sur “muchas gente prefiere lo exótico a los objetos familiares y el comercio Sur-Sur tienen un gran potencial”.

Entre varios países del Sur se intercambian productos del comercio justo como en México, Ecuador, Nepal, Kenia, Nigeria, Tailandia, Sri Lanka, por citar solamente varios ejemplos, en los cuales se han instalado varias tiendas de comercio justo para distribuir productos nacionales y de otros países del Sur tanto a los residentes como a los turistas, también se prevé exportaciones hacia los otros países del Hemisferio Meridional, aunque este anhelo se dificulta por el proteccionismo aplicado para las compras internacionales de alimentos y artesanías.

### **Redes de comercio justo Norte-Norte**

Aunque en menor proporción que los intercambios Sur-Sur, aparecen relaciones Norte-Norte de este comercio, en especial los países de Europa Occidental como Alemania y Suiza compran a países de Europa Oriental como a las producciones hierbas para infusiones que ofrece el pueblo gitano de Hungría.

### **Redes de productores de comercio justo**

Los productores de Comercio Justo varían mucho de una zona a otra y de un producto a otro. Pueden ser federaciones de productores, cooperativas, familias, talleres para minusválidos, organismos estatales, empresas privadas y, grupos del Norte que producen bienes en el marco de la economía social. El tamaño de estos grupos es muy variable: se puede afirmar que en la actualidad, la red más grande de exportación de productos de Comercio Justo es el Frente Solidario de Pequeños Cafetaleros de América Latina, que representa a más de 200.000 socios. Al otro extremo, Gorom-gorom, un grupo de artesanos de Burkina Faso, es un taller que emplea a unas 20 personas.

Todos estos grupos tienen una cosa en común: la marginación. Estos grupos tienen acceso directo al mercado local o mundial por el apoyo de las organizaciones de Comercio Justo.

Actualmente, los socios de EFTA importan productos de unas 800 organizaciones de productores en 45 países distintos del Sur, o sea, unas 800.000 familias.

Se garantiza un precio justo a los productores, que deciden cómo repartir la prima pagada por el Comercio Justo en función de los intereses de la comunidad.

La mayor parte de los productores venden tan sólo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo. El resto se vende en el mercado tradicional según las condiciones de éste. Sin embargo, el simple hecho de que una parte, aunque pequeña de la producción, se pague a un precio más alto, tiene frecuentemente un efecto dominó en el resto de la producción. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren.

Un hecho sorprendente para muchos productores es que el aspecto más importante del Comercio Justo no es el precio justo, sino la prefinanciación que le aseguran las organizaciones que pertenecen al mismo.

Esta ventaja es crucial para los pequeños productores porque así pueden comprar los materiales necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento.

Del mismo modo, el pago garantizado es muy importante que se haga por adelantado o inmediatamente a la entrega del producto. La mayor parte de los pequeños productores han tenido malas experiencias con intermediarios que hacen pedidos y nunca compran el producto acabado o que se niegan a pagar el precio convenido.

La estabilidad de la producción y, por tanto, de los ingresos y la garantía de una relación a largo plazo, es la mayor ventaja para los productores y les permite planificar su porvenir.

Estas garantías adicionales de Comercio Justo hacen que muchos productores permanezcan fieles a su cooperativa aun cuando los precios suben y los intermediarios les ofrecen precios más altos que ésta. Saben que, cuando el precio del producto vuelva a caer, no podrán contar con que los intermediarios o los especuladores les echen una mano.

Otro apoyo en materia técnica, es la participación de los especialistas, así se ayuda a los productores para que puedan aplicar las modas europeas de última data. También se capacitan en la formación de métodos de producción, investigación para desarrollar alimentos orgánicos o usar textiles y otros materiales que preservan el medio ambiente, asesoramiento en materia financiera o administrativa, y más.

Además, muchas organizaciones de Comercio Justo también conceden préstamos (en lugar de donaciones, para no desvirtuar la relación comercial) para que los productores puedan incrementar su producción.

Por este aumento, se requiere más inversión y más circulante. Puesto que los bancos no quieren dar dinero a los productores marginados que son “riesgos peligrosos”, las organizaciones integrantes prestan su apoyo. La relación personal a largo plazo reduce los riesgos de falta de pago y la posibilidad de devolución con productos hace el préstamo atractivo para ambas partes.

Una de las ventajas de este tipo de colaboración es que da a los productores la seguridad necesaria en ellos mismos, para abordar un sistema comercial que les parece demasiado complejo y distante.

### **Beneficios del comercio justo.**

5 millones de personas en Africa, Asia, Latinoamérica son beneficiarios del Comercio Justo y las ventas globales totales en el 2007 llegaron a 2.300 millones de euros, y están creciendo rápidamente al 30-40 % por año.

Se deben revisar las historias de éxito que constan en el Recuadro N°1.

### **Las transnacionales en el Comercio Justo. Distribución en grandes superficies y supermercados.**

La FLO señala que hay productos de Comercio Justo distribuidos por todos sus operadores, en 55.000 supermercados de toda Europa.

Otras informaciones<sup>43</sup> señalan que además de las tiendas solidarias, productos de Comercio Justo están disponibles en más de 79.000 puntos de venta en toda Europa, 500 exportadores, importadores, procesadores y distribuidores registrados con Flo-Cert y más de 500 licencias otorgadas a iniciativas nacionales a través del esquema de sellos: Max Havelaar, Commerce Ethiquable, y más.

---

<sup>43</sup> Reyes María Antonieta. Expectativas de Mercados Internacionales en el Comercio Justo. CORPEI. Agosto 2008.

Se identifican a 200 organizaciones dedicadas a la importación de estos productos. Entre las más reconocidas están: Gepa-Alemania, Ctm Altromercato-Italia, Cafédirect- Reino Unido, Fair Trade Organisatie-Holanda.

Genera controversia la transnacional suiza Nestlé que elabora un café soluble del Comercio Justo y le compite a Max Haavelar, organización líder del comercio justo puro.

El nuevo producto de Nestlé “arábica 100%” proviene de las plantaciones organizadas en cooperativas de El Salvador y Etiopía.

Manifiesta esta corporación suiza que ingresó a la actividad debido a un compromiso de responsabilidad social de la empresa y como una forma de ayuda para reducir la miseria a los pequeños productores de café.

En Gran Bretaña, se considera positiva la actitud de la transnacional, de tal manera que se entregó a la marca “Nescafé Partners'Blend” el sello de “café surgido del comercio justo”.

Se puso de moda en Gran Bretaña el «ethical shopping», como se le llama en inglés al Comercio Justo y el consumo de este nuevo producto controvertido representa el 3% del mercado total del café soluble. Un mercado en plena expansión.

Mas, por otro lado, las organizaciones defensoras de los derechos humanos critican a Nestlé, y establecen que su participación es un golpe de efecto de mercadotecnia para mejorar su imagen corporativa, pues el objetivo base de la multinacional, denuncian es el enriquecimiento de sus accionistas y no el combate a la pobreza en el mundo.

Recuerdan que Nestlé en Colombia, licenció a sindicalistas de sus fábricas por protestar respecto a las deplorables condiciones laborales de los trabajadores de sus plantaciones de café.

Entre otras empresas de enorme magnitud, se encuentra la cadena Co-op en Reino Unido, Suiza e Italia también interviene en el mercado del Comercio Justo a través de campañas de promoción agresivas.

Los comportamientos descritos merecen el rechazo de los defensores del comercio justo puro, ya que consideran que éste debe ser ejecutado solamente por las tiendas solidarias.

El peligro, según ellos, es que toda la distribución final la realizarán las empresas gigantescas parapetándose en que incentivan el crecimiento de estas transacciones solidarias.

## **Los nuevos espacios físicos del comercio justo: Los mercados.**

### **Mercado en Palermo Viejo, Argentina.<sup>44</sup>**

Un Centro de Abastecimiento Municipal antiguo se convirtió en un mercado de la Economía Solidaria y el Comercio Justo para comercializar, sin intermediarios, productos naturales elaborados por 38 cooperativas de trabajadores. En Palermo Viejo de Argentina, funcionará este primer mercado y estará abierto los fines de semana.

Los productos transados son alimentos sin agrotóxicos y orgánicos, productos textiles libres de trabajo esclavo y manufacturados, desde verduras frescas y hortalizas, cervezas artesanales hasta objetos de madera y cerámica.

### **Mercado de Comercio Justo europeo.**

El primer mercado de Comercio Justo de Europa se lo puede observar en la ciudad de Roma, Italia, tiene una área de 3.500 metros cuadrados y además de las ventas solidarias, permite realizar exposiciones, encuentros y espectáculos de la economía alternativa.

- **El Turismo Ecológico y Solidario.**

La industria sin chimeneas, pese a la retórica de que es una actividad en la que todos ganan, también sucumbió a las leyes capitalistas de la injusta distribución del ingreso. Ante esta perversa tendencia, aparece un nuevo turismo que parte de una primera vertiente la del turismo ecológico, que nace a finales de los ochenta del siglo pasado y la Organización de las Naciones Unidas declara que el 2002 es el año del ecoturismo. Fue el resultado del gran dinamismo que el sector presentó y al mayor número de turistas que conscientemente respetan y valoran a la riqueza natural y a la conservación de la cultura.

A inicios del siglo 20, apenas el 2% de los norteamericanos disfrutaban de las vacaciones, similar porcentaje se observaba en el resto del mundo, hoy casi el 90% lo realiza, pero se hacen exigentes en cuanto a la nueva cultura que han adoptado de limpiar su ambiente, desintoxicar el aire, los ríos, han dejado de fumar, están comprando oxígeno a los países del Tercer Mundo, y más. En este contexto, el turista orientó sus preferencias al turismo ecológico.

La segunda vertiente es la predilección hacia el ecoturismo solidario y comunitario, a fin de apoyar directamente a las comunidades y contribuir a

---

<sup>44</sup> Portal de la Economía Solidaria Argentina: [Abre el Primer Mercado de Economía Solidaria](#). 03/12/07

la promoción y preservación de las culturas locales y regionales. Se popularizan las visitas a centros de producción agrícola, artesanal, ganadera, pesquera y minera que se constituyen en atractivos turísticos y los alojamientos se realizan en los hogares de las comunidades. En esta modalidad se practican los conceptos de no agredir al ambiente y compartir los beneficios en forma equitativa.

Al crearse la Red Internacional de Comercio Justo en el Turismo, en 1999, logra su consolidación. Ya que como cumple con los principios de respeto al hombre, a la naturaleza y de distribución de los beneficios con toda la comunidad fue considerado como componente de este comercio.

Se distingue del turismo sexual o de otros tipos de turismo que son aberraciones contra el hombre y la naturaleza, como los safaris para devastar a los animales salvajes, las degustaciones de comidas a base de animales o plantas en peligro de extinción, como consumo de aletas de tiburón, pepinos de mar, y más.

Porque el ecoturismo presentó críticas muy profundas debido a acciones reñidas a la conservación aparece el Ecoturismo Solidario. Muchos lugares privilegiados fueron afectados al construirse hoteles de lujo, centros de diversión agresores al paisaje, ahuyentadores de la fauna nativa, y más aún los réditos económicos son acaparados por unos pocos inversionistas. Con el fin de corregir las distorsiones de las áreas construidas, en Europa, el componente paisajístico es norma obligatoria para cualquier nueva construcción.

El Ecoturismo Solidario conlleva el apoyo a los avances del Ecoturismo, pero exige que las comunidades se beneficien y se fortalezcan. No promueve el turismo masivo, sino el selectivo para lograr un nivel elevado de conciencia en el turista cuando visita un determinado lugar y los resultados que ocasiona en la naturaleza y en la comunidad que lo recibió. Muchas experiencias mundiales exitosas están a la vista, en la Amazonía, existen cada vez más operadoras del turismo ecológico y solidario, al igual que en miles de lugares del planeta.

- **El Consumo Ético y Responsable**

Para cerrar el circuito de la actividad económica, producción, distribución, está el consumo. Una máxima económica señalada anteriormente se rescata, el consumidor al disponer de una unidad monetaria, tiene el poder de un voto, con el mismo que premia o castiga al productor. Si los bienes y servicios son de la aceptación del consumidor los adquirirá y caso contrario los rechazará. Bajo esta reflexión, los movimientos de la Economía Solidaria, se vuelcan a concienciar a que el consumidor actúe de una forma

diferente evitando el consumismo y reemplazándolo por el consumo ético y responsable.

## **Consumidor Ecologista**

Convertir un consumidor ecológico a un consumidor ecologista, es la nueva esperanza mundial, si se observan estas reflexiones.<sup>45</sup>

- El desarrollo industrial que tuvo lugar tras la Segunda Guerra Mundial forjó un nuevo hombre en el seno de una sociedad de consumo de masas caracterizada por ciudadano identificado con los nuevos estilos de vida y derroche que implicaba colateralmente una sobreexplotación de los recursos naturales del planeta.
- En este párrafo es pertinente auscultar el pensamiento de Pablo Guerra<sup>46</sup>, para aclarar aún más estos conceptos: Según el autor uruguayo: la columna vertebral de la economía contemporánea es el modelo consumista, que redujo al hombre a considerarse siempre en un consumidor insatisfecho, que solamente se siente auto realizado cuando adquiere otro producto adicional, así le sea inservible en muy poco tiempo. Pero, con la insatisfacción creada artificialmente por la gran oferta y demanda de productos, al consumidor siempre le faltará dinero, para ir en su auxilio se crea la tarjeta de crédito o dinero plástico, a fin que satisfaga su compra, aunque reviente en deudas tarde o temprano, como ocurre en la gran mayoría de casos, en todo el mundo, Lo más importante es comprar y comprar en el modelo consumista.
- Sin embargo, durante los años setenta surge una generación de consumidores que adquieren conciencia del impacto de sus decisiones cotidianas: son personas reflexivas sobre el papel que pueden jugar en la promoción de un progreso y de un crecimiento económico respetuoso con el medio ambiente y con la comunidad, reconocen y los medios naturales, para lo que se comprometen a frenar el deterioro medio ambiental: surge la conciencia ecológica en el gasto y aparece el consumidor ecológico.

Este consumidor incorpora la variable ecológica en la elección del producto. En la medida que la oferta se lo permite, compra productos etiquetados como “verdes”, está seguro que causan menos daño al medio natural. En concreto, evita los productos que supongan peligros para la salud, que originen perjuicios en la fase de producción o

---

<sup>45</sup> Vázquez Losada Ana María. Del consumidor ecológico al consumidor ecologista: una transformación cultural inacabada. ASESORA DE MEDIO AMBIENTE Y DOCTORA EN CIENCIAS QUÍMICAS. CORPEI, ECUADOR.

<sup>46</sup> Guerra Pablo. La Economía Solidaria y el cambio socioeconómico Uruguay. Economía Solidaria Cartilla N°2. Programa de Kolping.

distribución, que contengan ingredientes procedentes de especies en peligro de extinción, y más.

- El siguiente paso en ese proceso de concienciación creciente es la sensibilización social de que los efectos del consumo sobre el medio ambiente no sólo se derivan del acto de consumir, sino también del proceso de elaboración del producto.
- De esta forma, comienzan a requerir de los productores y distribuidores determinados estilos de producción que supongan las menores consecuencias posibles para el medio natural ya no sólo en el acto de la compra sino también en el del consumo, en particular productos que generen menos residuos y que éstos perjudiquen menos al medio ambiente.
- En un primer momento, las empresas interpretan estas demandas y estas nuevas pautas de consumo, como un coste adicional en el proceso de producción y distribución, pero pronto descubren que aquéllas también constituyen una importante fuente de oportunidades comerciales.
- Las empresas, así, encuentran en estos comportamientos diferenciados de los consumidores, una nueva forma de ampliar mercados y descubren la existencia de una relación positiva entre etiquetado ecológico (productos “verdes”) y posición favorable en el mercado. De esta manera, el consumo de productos ecológicos se convierte en un consumo ético portador de nuevos valores sociales y culturales.
- Ahora bien, estas transformaciones en las actitudes de los consumidores y de los productores hacen que este nuevo tipo de consumo genere una paradoja: los productos ecológicos suelen ser más caros y ello parece ir en contra del principio “quien contamina, paga” y a favor de uno que se podría formular como “quien no contamina, paga”. Se pueden poner numerosos ejemplos de esta cuestión, pero quizá uno que resulta familiar es el precio del papel, producto que casi todo el mundo utiliza. Resulta paradójico que el papel reciclado, menos contaminante, sea más caro que el convencional. En este caso concreto, recuperar la congruencia con el principio mencionado puede pasar, quizá, por el establecimiento de beneficios fiscales o de subvenciones económicas a los fabricantes de papel reciclado que les permita poner el producto en el mercado a precios más bajos.
- Además de lo expuesto, es necesario señalar que la relación consumo y medio ambiente se centra en el proceso de producción y en el producto, e infravalora los hábitos del demandante; es decir se

consume la misma cantidad de productos aunque su calidad ecológica sea mayor.

- De esta manera, se aboga porque la transformación cultural que inició el consumidor ecológico de los años setenta debe continuar avanzando e incorporando nuevos valores en las costumbres del mismo hasta lograr la conciencia ecológica generalizada a toda la sociedad y sus instituciones. Para ello, convendría incrementar los mecanismos de información así como multiplicar el mensaje ecológico dirigido a reducir el impacto de la producción industrial y del consumo sobre el medio ambiente.
- Finalmente, y como un elemento a integrar en ese proceso de transferencia cultural, es necesario rimpulsar la internacionalización de los valores del consumo responsable. Con especial vigor, los países que se encuentran en proceso de desarrollo deben incorporarse al consumo con actitudes respetuosas al entorno natural.
- Una ecuación que puede resumir el marco de consumo en el que se relacionan esos dos mundos, el desarrollado y el no desarrollado, puede formularse en los siguientes términos: vivir sencillamente en el primer mundo para que el tercer mundo pueda sencillamente vivir.
- Un ejemplo muy decidor de redes de consumidores con conciencia solidaria es la Red Europea de Consumo, acción Comenius 3<sup>47</sup>, cuya finalidad en la Educación del Consumidor es: impulsar la formación de los mismos para que actúen de forma consciente, crítica, solidaria y comprometida con su entorno medioambiental; que conozcan sus derechos y asuman sus responsabilidades en una Europa en proceso de ampliación, dentro de unos valores transversales claramente definidos.

### **Perfil del consumidor de Comercio Justo**

Una caracterización aproximada del cliente tipo de Comercio Justo a partir de informaciones de los mercados de la Unión Europea y Estados Unidos es como sigue.<sup>48</sup>

- Mujer, entre 25 y 55 años, que tiene familia.
- Persona profesional y en actividad productiva, puede tener jubilación pero es activa.

---

<sup>47</sup> [www.e-cons.net](http://www.e-cons.net)

<sup>48</sup> Memorias UTE. Foro y Feria de Comercio Justo. Ecuador Agosto 2008.

- Madura, urbana, propietaria de la casa en la que vive.
- Le interesa productos únicos que reflejen su personalidad y le inviten a descubrir nuevas experiencias.
- Gasta sus ingresos especialmente en productos relacionados con la familia y el hogar, así expresa su afecto y cariño.
- Los hombres no se consideran público objetivo, suelen comprar regalos para mujeres y pocas veces para ellos. Pero, de todas maneras es un potencial a conquistar.
- Sus amistades vienen de todas partes de su vida: el trabajo, su niñez, el vecindario, su iglesia, las madres de los niños amigos de sus hijos, y más.
- Estilo de vida activo y saludable mediante el ejercicio y los deportes (caminatas, yoga, fitness).
- Interesada en comer saludable y conocer otras culturas.
- Activista, de diferentes formas, puede aportar económica, personal y espiritualmente.
- Interesada en causas nobles y dignas, particularmente causas que apoyan a mujeres, la cultura, los derechos humanos, “slow food” prefiere la comida de preparación lenta, en lugar de la comida de preparación rápida.
- Acude a todas las maneras o recursos para contrarrestar el calentamiento global y la guerra.
- Tiene curiosidad sobre el mundo en general, y gusto por viajar.

### **La crisis financiera 2007 es la oportunidad para refundar la economía con componente ecológico**

El IX Congreso Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), celebrado en Madrid a fines del 2008, planteó la posibilidad de que la crisis económica mundial, era la oportunidad para replantear el capitalismo, no refundarlo dijeron, pero si modificarlo sustantivamente, aplicando el modelo energético (ahorro, eficiencia y consumo responsable); con una incorporación a las contabilidades nacionales de las toneladas de CO2 emitidas a la atmósfera; y la convergencia en las políticas públicas y estrategias privadas de

soluciones menos intensivas en carbono y más resistentes en un escenario climático diferente.

Se quiere lograr un metabolismo de la economía, basado en la desmaterialización, disminución de consumo de carburantes fósiles con una lógica de sostenibilidad. Para conseguirlo, se pide que en el sistema crediticio, los bancos incorporen a los criterios económicos los riesgos ambientales y promuevan las inversiones ambientalmente sostenibles. Aunque todo esto solamente se logrará con una gran concienciación ciudadana, caso contrario será muy difícil lograrlo, se manifestó en dicho evento.<sup>49</sup>

### **Ciudades Justas<sup>50</sup>**

Como un nuevo instrumento de apoyo al consumo con valores aparecen en el panorama europeo las llamadas ciudades justas. Es aquella que fomenta la inserción de los criterios de Comercio Justo en el consumo y en las compras de locales comerciales, empresas y otras instituciones públicas y privadas en dicha localidad.

Este concepto surgió en el año 2000, cuando los ciudadanos de la localidad inglesa de Gartang se unieron para introducir productos de Comercio Justo en diferentes espacios de la ciudad, desde colegios, empresas, tiendas y cafeterías hasta en el Ayuntamiento. Así se autoproclamaron la primera Ciudad Justa del mundo.

Con los años la idea se ha ido extendiendo internacionalmente. En Europa ya existen más de 300 Ciudades Justas, entre las que se cuentan Roma, Bruselas, Oxford y Belfast.

Para recibir este título, se determinaron que cumplan estos compromisos:

- Votar una resolución favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento o Municipio.
- Ofrecer productos de Comercio Justo en cafés, restaurantes y tiendas de la ciudad.
- Responsabilidad del sector privado y organizaciones introduciendo este tipo de productos en su consumo interno.
- Creación de grupos de trabajo locales que coordinen el programa
- Comunicación del programa a la ciudadanía.
- Administraciones públicas comprometidas

---

<sup>49</sup> Portal de la Economía Solidaria. Administraciones, empresas y ecologistas urgen a usar la crisis para una refundación ecológica de la economía. Martes, 02/12/08.

<sup>50</sup> Portal de la Economía Solidaria. Ideas lanza el proyecto europeo Ciudades Justas'

- Las administraciones son un actor activo del desarrollo sostenible, e influyen mediante su toma de decisiones en el entorno social, empresarial y medioambiental. Además, tal y como explican desde la Fundación Española Ideas, ya que las compras públicas representan un 16% del PIB de la Unión Europea, cualquier cambio en los criterios de compra o selección de proveedores implica un fuerte impacto en los volúmenes de compra y consecuentemente es una herramienta eficaz para lograr modificaciones en el sector empresarial, medio ambiental y social.
- “La opción de las administraciones públicas por productos de Comercio Justo es una práctica de compra pública ética coherente con los compromisos de reducción de la pobreza y desarrollo sostenible”, afirman los responsables de la iniciativa.

**Pero. ¿Cómo se incorpora el comercio justo en la compra pública?  
Ideas explica:**

- Exigir el suministro de un porcentaje de productos de comercio justo en los contratos de cafetería, máquinas expendedoras o restauración.
- Optar por alternativas de Comercio Justo para los materiales promocionales (camisetas, bolsas, regalos institucionales).
- Apoyar campañas de sensibilización e información en Comercio Justo y consumo responsable.
- Un rol proactivo de la empresa.
- Contribuir a crear una ciudad más justa desde las actividades empresariales.

**En Ideas aclaran cómo se logra esto:**

- Promoviendo el consumo responsable colocando productos de comercio justo en las oficinas de la empresa (café justo, galletas, snacks, chocolate).
- Incorporando estos productos en el catering para congresos y convenciones.
- Utilizando para sus materiales de merchandising productos de comercio justo.
- Introduciendo, en sus políticas de compras y contratación de productos y servicios, criterios que beneficien a todas las partes de la cadena de suministro.
- Esta programación implica también al sector de la restauración y a toda la comunidad educativa. Pero para que el compromiso a favor del Comercio Justo sea una cosa de todos, cada ciudadano y cada ciudadana debe convertirse en “agente de desarrollo”. Llevar a cabo acciones cotidianas de consumo responsable y pedir productos y servicios elaborados sobre una gestión empresarial ética, contribuyendo como consumidores a defender los derechos civiles,

políticos, sociales y económicos de los trabajadores y favoreciendo una producción más ecológica y sostenible son las tareas de acuerdo a estos agentes.

### **¿Qué hacer para que la ciudad sea justa?**

- Consumir productos de Comercio Justo
- Informarse sobre el origen y los procesos de obtención y transformación de los productos que se consume.
- Aprender a que la compra diaria sea bajo criterios éticos.
- Seleccionar productos del Comercio Justo.
- Adquirir en las tiendas solidarias.
- Difundir lo que ya se sabe. Enviar la noticia a conocidos, participar en campañas de sensibilización y acción de apoyo.
- Organizar cursos de capacitación sobre consumo responsable.<sup>51</sup>

### **Educación para el consumidor**

La Comisión Europea viene convocando el Certamen Europeo del Joven Consumidor, que pretende que alumnos y profesores realicen conjuntamente trabajos que aborden temas relacionados con el consumo, de la forma más creativa posible, con objeto de llegar a ser Consumidores Críticos y Solidarios.

Se dirige a estudiantes en las etapas obligatorias de la enseñanza y que en grupos de un mínimo de 4 personas y un máximo de 30, trabajan sobre un tema anual. Trata, además, de motivar a los jóvenes para que actúen como divulgadores y “pedagogos” exponiendo su experiencia a otros grupos, compañeros de sus propios centros escolares o de otros, familia, y más.

En este ámbito, la ciudad de Madrid programó más de 1.500 eventos de capacitación para el año 2008. Son claros ejemplos de encarar la formación de un nuevo consumidor.

#### **● El Financiamiento Ético y Solidario**

Una forma de finanzas dirigida prioritariamente a los excluidos del sistema bancario clásico y a los excluidos de la economía dominante se consolida y se expande rápidamente. Estas se basan en la solidaridad, bajo vínculos sociales entre los clientes, y entre ellos y la institución, creando y

---

<sup>51</sup> En el año 2008, el Ayuntamiento de Madrid programó 1500 cursos de consumo responsable para esos 12 meses.

fortaleciendo el capital social dentro de la clientela.

Su concepto está determinado en la misión, la visión, la identidad, las competencias, el comportamiento y el entorno en que se desenvuelve.

- Las finanzas solidarias tienen como misión utilizar la herramienta financiera para conseguir un desarrollo equitativo y sostenible.
- La visión a largo plazo es el aumento del capital social.
- Sus actores son múltiples, y cada uno tiene técnicas y comportamientos distintos y actúan de formas diferentes, pero juntos hacen emerger una identidad específica de las finanzas solidarias.
- Sus competencias consisten en pensar de forma global, en poder incorporar a los individuos y a los actores en torno a la actividad financiera, en conocer las necesidades de los empresarios individuales y de las comunidades, sean cuales sean sus condiciones económicas y sociales.
- Consiste en financiar las actividades de las personas, velando por el respeto al capital social y su incremento.
- Las finanzas solidarias actúan con especial interés en un entorno de pobreza, de exclusión o de dificultad en el acceso a los servicios financieros.

Las finanzas éticas y solidarias intentan darle una respuesta a las tres grandes crisis de la sociedad: la crisis de las personas consigo mismas, entre ellas y en su entorno natural. Frente a estas crisis, este tipo de finanzas, al reforzar el capital social, es decir, al acercar las personas y a la sociedad a sus valores, contribuyen a crear las condiciones para un desarrollo sostenible.

Los conceptos claves y su especificidad con respecto a los otros tipos de finanzas se hacen notar a los protagonistas de las finanzas éticas y solidarias y se mencionan indicadores para evaluarla.

Adicionalmente, se detallan los medios para promoverlas y afianzarlas como un sector internacionalmente reconocido.

Sin embargo, estas finanzas son creadas y puestas en práctica por las personas, según sus propias iniciativas, según sus propios valores y formas de organización, y demuestran que los vínculos sociales permiten integrar a las personas debilitadas económicamente, en forma temporal. Les dan la oportunidad de aprender cómo comportarse en sociedad y en el ámbito de los

negocios, permiten que participen en la definición de las normas en el marco que les concierne. Al respetarlos y siendo por su parte solidarias con los miembros del grupo, estas personas son, o vuelven a ser, actores sociales.

Estos vínculos, desarrollados en un marco de confianza y de empatía, hacen “bancables” (bancariamente confiables), desde el punto de vista financiero y cultural, a las personas que anteriormente eran “no bancables” (bancariamente no confiables).

Las Instituciones del Norte generan, mediante sus intervenciones, un vínculo entre los ahorradores - que disponen de medios financieros - y los prestatarios - que no disponen de estos medios - al darle un carácter ético a su ahorro. El vínculo social se crea entre la población más acomodada y los rechazados de los circuitos tradicionales.

En el Sur, los programas de finanzas intervienen únicamente con las personas “pobres” o excluidas del sector bancario clásico. Para éstas, los vínculos sociales constituyen una apuesta importante para su integración e inserción duradera en la sociedad y en la economía.

El capital social se puede definir como la capacidad de cooperar y de actuar juntos utilizando o creando los lazos sociales necesarios para conseguir objetivos éticos, solidarios y sostenibles comunes. Este no se refiere, por lo tanto, únicamente a la suma de las capacidades individuales, sino a un capital colectivo que pertenece al grupo y que le permite garantizar su cohesión, su permanencia y su acción.

Además, es el resultado de la interacción entre los valores compartidos por los individuos y las instituciones y las estructuras en que encuentran para asemejarse a sus valores. Los mismos subyacen a los deseos, motivaciones e intereses de cada uno pero son comunes a todos.

Una lista con valores y su definición se señala:

<b>Valor</b>	<b>Definición</b>
• Poder	Capacidad de influir en las decisiones
• Apertura	Acceso a la información
• Bienestar	Satisfacción de las necesidades primarias
• Competencias	Capacidades



servicios financieros y de negocios.

Este objetivo ha obtenido el apoyo de instituciones financieras de gran envergadura y de importantes líderes internacionales. El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas proclamó el 2005 como el Año Internacional del Microcrédito. Estas cumbres se han institucionalizado y la próxima será en el año 2011, en España.

El microcrédito forma parte del dinamismo de la sociedad civil se considera en todo el mundo que es un instrumento estratégico para la erradicación de la pobreza y la exclusión, generar el cambio social y económico mediante mayores oportunidades de empleo y autoempleo.

Este tipo préstamos combina la solidaridad con los aspectos formales de las finanzas se hace imprescindible para el desarrollo desde abajo y desde adentro.

Como por ejemplo, en el Banco Popular de Costa Rica, la propiedad es de los trabajadores, sus dueños lo conforman 11 sectores productivos de ese país. El Banco Popular tiene su máxima expresión en la Asamblea Nacional de Trabajadores con 290 delegados, la representación de género es paritaria. Funciona en red, es el Cuarto banco más importante de Costa Rica y el Octavo de Centroamérica. Atiende a los requerimientos de consumo, desarrollo y corporativo, con préstamos desde US \$ 516 a sujetos de crédito denominados bancables, formales e informales. Su éxito se basa en que le lleva de la mano al prestatario desde la idea, la formulación del plan de negocios, el cálculo de su viabilidad y rentabilidad. Entre los segmentos de clientes se destacan las personas adultas, de la tercera edad, mujeres, indígenas, discapacitados, amas de casa.

El banco costarricense impulsa el desarrollo local y su gestión la mide con el Índice del Desarrollo Humano. Por tanto, cuida el medio ambiente con responsabilidad social. Opera con bancos comunales, entrega un 18% de su cartera de crédito a emprendimientos sin garante. La tasa de morosidad es apenas del 1.98%. Las cantidades que se transan están entre los 20 y los 300 Euros para que pequeños y medianos comerciantes tengan recursos para sus necesidades productivas, sin pedir este dinero a los usureros. El índice de devolución esta en torno al 95%.<sup>53</sup>

Vale puntualizar, los microcréditos no solamente reciben los pequeños comerciantes sino también millones de personas, principalmente mujeres. Aproximadamente el 90% de los microcréditos se destinan a ellas, ya que son mejores pagadoras y con esos recursos incursionan en microempresas,

---

<sup>53</sup> Santillán Nuñez Mileny, conferencia sobre los logros del Banco Popular de Costa Rica. Quito Ecuador. Datos adicionales del banco se puede consultar en [www. banco.popular. costarica](http://www.banco.popular.costarica)

cooperativas, mutualidades. De esta forma, ellas mismas se crean puestos de trabajo que mejoran sus condiciones de vida.

A pesar de la trayectoria creciente del microcrédito, hay voces en contra, señalan que los principales beneficiarios en Iberoamérica, suelen ser emprendedores que habitualmente son personas con necesidades financieras, pero no los más pobres, vulnerables y excluidos.

Los detractores del microcrédito opinan que esta entrega de recursos monetarios crea desigualdad, ya que en realidad los hombres solicitan estos fondos, a través de las mujeres creando situaciones de presión y violencia en las familias, para que éstas se hagan responsables del dinero asignado. Les genera a las mujeres una gran preocupación y compromiso de una custodia que no son beneficiarias directas.

Sobre estas cuestiones se recuerda que en los países pobres, las mujeres asumen las cargas del trabajo en el campo, se ocupan del ganado, realizan labores artesanales y comercializan la producción además de atender a la familia.

Por tanto, son ellas las que necesitan administrar en forma directa los créditos para mejorar sus producciones y condiciones de vida.

Otros puntos en contra derivados de experiencias negativas muy comunes en los países en desarrollo son :

- La idea matriz sobre la que se cimentan los microcréditos –los pobres pueden gastar indefinidamente más de lo que tienen- genera una falsa comprensión de las verdaderas causas de los desequilibrios sociales y económicos en el mundo y la manera de abordarlos, pero también de la arquitectura institucional global instaurada para entender y afrontar estos problemas humanos.
- El discurso emergente de los microcréditos se basa en la idea de que es el mercado bancario el que se tiene que encargar de la pobreza.
- Sería una manera de privatizar la pobreza.
- Encubren las verdaderas causas de la pobreza y el subdesarrollo y convierten a los pobres en responsables últimos y directos de su situación.
- Son un arma eficaz para dismantelar el compromiso político y ético que tiene la sociedad en su conjunto.

- Sirven para desactivar las políticas de cooperación internacional transformándolas en políticas de bancarización y convirtiendo la pobreza en deuda eterna.

Acotan, que la transformación de pobreza en deuda, defendida por los partidarios de los microcréditos, se apoya en un darwinismo social, según el cual aquellos que estén en situación más precaria y vulnerable lo están porque no han querido o no han podido endeudarse

- El endeudamiento hace mucho más vulnerables a quienes menos tienen.
- Para muchas mujeres, asumir microcréditos supone una sobrecarga en sus ocupaciones doméstica, ya de por sí enormes, lo que eleva las tensiones en el cuidado y la educación de sus hijos.
- Es verdad que son las mujeres las que van a trabajar para la devolución de los microcréditos y que son mucho más responsables que los hombres para afrontar las deudas asumidas, pero en realidad son los hombres quienes deciden directamente sobre su empleo y gestión.
- Dicen que los microcréditos son tan buenos que su morosidad es bajísima, lo que demuestra que los pobres siempre pagan. Con esta tesis se les exigen unos valores morales muy superiores a los del resto de la población mientras que a los no pobres se les permite ser buenos pagadores impuntuales y, se les refinancia su morosidad con facilidad.
- El argumento de que los microcréditos convierten a los pobres en responsables de su propio desarrollo los convierte a su vez en culpables de su supervivencia, anulando el rol responsable de los estados, gobiernos y comunidad internacional.

Más, los defensores del microcrédito establecen que la ausencia de créditos genera usura, que convierte al pobre o excluido en esclavo de un crédito, del cual nunca saldrá.

Si bien se acepta que los microcréditos tienen costos altos, los del usurero, son mucho más caros y las situaciones son muy graves en las personas, las familias y las comunidades donde no hay microcréditos. En los países en desarrollo los costos del agiotismo escalofrían y configuran panoramas sociales desesperantes, por la dificultad y a veces imposibilidad de salir del círculo de este tipo de prestación financiera.

Por lo anotado los prestatarios del microcrédito aspiran que las microfinancieras deban ser menos rentistas, y más responsables con la sociedad en su conjunto. Existen ejemplos positivos de excepcionales resultados positivos en países desarrollados como las cajas rurales de Castilla La Mancha.

## **Las cooperativas de ahorro y crédito**

En 1849, surge la idea del crédito cooperativo como una solución a la pobreza y hambre que padecían los habitantes del sur de Alemania. En este año Federico Wilhelm Raiffeisen (1818- 1.883) funda la primera sociedad de Crédito, por esto se le considera como el padre del movimiento de crédito cooperativo. Pero es en 1864, en Heddesdorf, que Raiffeisen establece la primera cooperativa de crédito del tipo de las que hoy funcionan en Alemania, exhorta al pueblo al ahorro colectivo y préstamo con interés mínimo, y a cada socio se le otorga un voto.

Solamente las personas asociadas a la cooperativa de crédito pueden ahorrar y solicitar préstamos y la reputación del socio es la garantía primordial para concederlos. Raiffeisen fundó 423 cooperativas de crédito. La idea se extendió a todo el mundo. El desarrollo de las cooperativas se refleja en su estructura asociativa ya que a nivel Latinoamericano está la Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (COLAC), y a nivel mundial, la Organización Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (WOCCU). Datos aproximados establecen que el cooperativismo de ahorro y crédito mundial agrupa a más 300 millones de socios, en más de 700.000 cooperativas.<sup>54</sup>

## **Los bancos comunales**

Corresponde a organizaciones financieras que atienden a personas asociadas de bajos recursos. Pueden agruparse entre 20 a 35 participantes que se conocen, se animan a empezar una experiencia de préstamos, hacer ahorros para tener un capital propio incursionado en emprendimientos productivos. Entonces se organizan con este fin.

Entre ellas se garantizan mutuamente y se comprometen a cumplir con sus pagos. Al interior de estos bancos las personas forman grupos más pequeños, compuestos por 5 a 6 integrantes de un mayor grado de confianza entre sí, reciben el nombre de "Grupos de Confianza". En estos colectivos, las personas se apoyan de una manera más cercana, buscando evitar la morosidad, a toda costa y cumplir con las metas productivas.

---

<sup>54</sup> Barzallo Mendieta M. Patricio Fundamentos históricos y teóricos del sistema cooperativo de ahorro y crédito".  
www.gestiopolis.com

“Las historias de los bancos comunales y de quienes han recibido microcréditos, son historias de coraje y dignidad humana. Historias que demuestran la grandeza del espíritu humano y las posibilidades de triunfo sobre las crueldades de la pobreza, una victoria que la gente más pobre alcanza por sí misma cuando se le ofrece acceso a servicios básicos”, relata la Asociación de Mujeres Manuela Ramos en Perú.

## **La Banca Ética**

Como una experiencia con raíz en lo cooperativo y lo solidario se expande en el mundo la denominada Banca Ética.<sup>55</sup>

Un cálculo que demuestra la injusticia es que mil millones de personas, que constituyen el 20% más pobre de la población, producen el 1% del ahorro mundial. Más esta capa poblacional recibe solamente el 0.2% de este mismo ahorro en calidad de préstamos. Es decir que el 80% del ahorro de los pobres sirven de préstamos a los más ricos a través del sistema financiero.

En Wall Street, se ufanan de ser los devoradores de los ahorros de los países pobres porque cuando les faltan fondos recurren a estas fuentes, embelesándolas que ellos son más seguros, pese a que casi no les pagan ninguna tasa de interés. Se valen de la máxima: los pobres confían sus dineros a los ricos, pero los ricos no confían sus dineros a los pobres.

Por estas razones, nacieron organizaciones que han buscado darle un nuevo sentido a las finanzas desde la propia autogestión. Tanto en las comunidades de los países en desarrollo se presentan realidades alentadoras, así como en los países desarrollados.

Fué quizá pensando en esta dura realidad que Muhammad Yunus, un profesor universitario de economía, después de la terrible hambruna que golpeó su país en 1974, decidió fundar en Bangladesh, el Grameen Bank, exitosa Banca Ética, cuyos rasgos más preponderantes están a disposición en Recuadro N° 2.

Naturalmente, el ejemplo del Grameen Bank no ha quedado aislado y su ejemplo se multiplicó, pero esta vez desde el Norte aparece otra gran enseñanza de modificar los caducos comportamientos de los dueños del capital.

---

<sup>55</sup>De Marco María. La Banca Ética: una experiencia con su raíz en lo cooperativo y lo solidario se difunde en el mundo. Diario La Repubblica de Italia. 2006.

En 1980, nació en Holanda la TRIODOS Bank, sobre la base de la experiencia de más de veinte años de una cooperativa de crédito. Su orientación fue promover la Economía Social, la preservación del ambiente, cultivar las artes, fomentar la cooperación directa con el Sur y el comercio equitativo y solidario. La historia y sus pasos hacia convertirse en un megabanco ético se registran en Recuadro N° 3.

Después, en 1988, nació en Alemania la Oekobank, empujada por el movimiento ambientalista; hasta ahora financia sobretodo proyectos eco-compatibles y socialmente útiles con un volumen de actividades superiores a US \$ 50 millones. Sus ahorristas tienen entre otras la posibilidad de elegir hacia que tipología de inversión dirigen sus fondos.

Los ahorristas de la Alternative Bank Suisse (ABS), otra Banca Ética nacida en Suiza en 1990, tienen tasas variables, comprendidas entre el 1 y el 4 %, con la posibilidad de auto reducirlos, para impulsar proyectos en especial del área de la economía sin fines de lucro. El banco está localizado en varias partes del mundo: Citizen Bank en Japón, Merkur en Dinamarca, Eko Osuuspankij en Finlandia, South Shore Bank en los Estados Unidos y el Banque Populaire du Haut Rhin en Francia son los más conocidos.

En Italia, el 30 de mayo y el 1º de 1995, la asamblea general de la Cooperativa “Verso la Banca Ética” formalizó el nacimiento y la constitución de la primera banca ética en ese país, con el objetivo de devolver a la sociedad civil la responsabilidad en la utilización del ahorro, y que el desarrollo económico esté al servicio del hombre. Sin hacer beneficencia y apuntando a ser productivos y eficientes.

Aunque las finanzas éticas no consideran legítimo el pago de interés basado sobre la sola posesión de dinero, se comprometen sin embargo en garantizar una justa remuneración del capital de los ahorristas, a través de la búsqueda de un equilibrio entre la tasa de interés y las exigencias de los clientes. Partiendo del principio que el crédito es un derecho de todos, sin discriminaciones de ningún tipo, ni siquiera económicos, se quiere transferir dinero desde la sociedad civil a las capas sociales que muy difícilmente logran acceder al crédito a través de los canales tradicionales.

Las 22 asociaciones, cooperativas y empresas italianas del “tercer sector” están satisfechas de como procede la captación de recursos, los socios componentes son más de 8.000 entre los cuales están Comunas, Provincias, Regiones, Institutos Misioneros y hasta Bancos.

Otra experiencia italiana, desde hace muchos años atrás, en finanzas solidarias, constituyen las MAG (Cooperativas de Mutua Autogestión). Promotoras del Banco Ético en Italia, ellas unen finanzas y solidaridad y que en los últimos veinte y cinco años han concedido préstamos para la puesta

en marcha y el fortalecimiento de actividades de sujetos que difícilmente habrían tenido acceso al circuito crediticio tradicional.

Las MAG, operan desde los años 1950 y 1960, se han desarrollado sobre todo en el noreste rural como asociaciones de pequeños productores que ponían en común los ahorros teniendo sus raíces en esas asociaciones obreras de ayuda mutua y de autoayuda nacidas en Europa durante el periodo de los 800.

Desde los años 1970, es que se renueva la recuperación de estas formas de crédito cooperativo, esta vez en sectores de inversión mas amplios y diversificados. Las características de las MAG son pocas pero claramente definidas: la plena participación de los socios en la gestión, la posibilidad de dirigir el ahorro propio hacia proyectos con finalidades sociales, el soporte a proyectos gestionados por organizaciones sin fines de lucro, las garantías no basadas sobre el patrimonio, y si sobre el conocimiento y la evaluación de las personas y de los proyectos.

Inicia sus actividades la MAG de Padua como primera central de importación directa desde los países en vías de desarrollo, del comercio equitativo y solidario, a través del pre-financiamiento, en 1989. Es posible en esta MAG abrir libretas de ahorro con tasas de interés del 3% bruto. Con este dinero vienen financiados proyectos de cooperativas de pequeños productores en países en vías de desarrollo.

No es casualidad que la tasa de morosidad este alrededor del 1 al 2 % contra una tasa media de los institutos bancarios italianos del 7 al 8 %.

## **Seguro Ético y Solidario**

Un nuevo aporte a las finanzas éticas constituye la puesta en marcha del Seguro Ético y Solidario por parte de Arç Cooperativa de Cataluña, España, que ha sido nominada el primer mediador de seguros de Europa registrado para la gestión del Seguro Ético y Solidario. El Observatorio de las Finanzas Éticas le ha otorgado el máximo nivel de registro, el RG2.<sup>56</sup>

Este instrumento de protección financiero cubre el riesgo al que está expuesta una persona natural o jurídica, a fin de que si este se materializa el seguro cubre esta adversa situación. Hasta aquí todo igual como cualquier seguro, las diferencias están en que se recuperan los principios de la mutualidad que cultiva la conciencia de la solidaridad entre las personas y su vinculación con la comunidad.

---

<sup>56</sup> Portal de la Economía Solidaria. Arç Cooperativa. Primer mediador europeo del Seguro Ético y Solidario. 30 de junio 2009.

Una relación solidaria es entre las personas que no sufren daño (accidente, enfermedad, destrucción de bienes y otros) con las que si lo padecen. Con este razonamiento, cualquier persona requiere un seguro en algún momento y no debe ser discriminada bajo ningún concepto sea: edad, minusvalía, nivel educativo, estado de salud, discriminación social, políticas y otros más.

Estos seguros son servicios ventajosos para la comunidad y beneficiosos para el territorio, ya que nadie abandona a su suerte a los miembros del colectivo, esto a la larga se hace un peso de difícil resolución.

Las aseguradoras están obligadas a ser equitativas con todos los asegurados y tratarlos con dignidad, de igual manera la transparencia permite una información puntual sobre las prestaciones del servicio, y las garantías del buen uso del dinero de la prima depositada. Estos elementos valoraran más a la aseguradora con toda la comunidad.

### **Inversiones Socialmente Responsables**

Las inversiones socialmente responsables a más de los tradicionales criterios financieros añaden criterios sociales y medioambientales permitiendo a los inversores combinar objetivos financieros con valores sociales, vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente.<sup>57</sup> Un aporte diferente es que apoyan al desarrollo de la Economía Solidaria.

Para junio del 2005, estos fondos alcanzaron 24.100 millones de euros y continúan creciendo a tasas muy elevadas. Más de 21 bancos funcionan en el mundo orientados a este tipo de inversiones. Se localizan con intensidad en varios países de Europa, Canadá, Japón, Australia, entre otros.

- **Las Monedas Sociales**

No sería un modelo alternativo esta Economía Solidaria, sino tuviera una respuesta a la circulación de los bienes y servicios. Las comunidades dan contestación a todos los obstáculos y así como complemento a la práctica del trueque desde los primeros tiempos de la humanidad, en el siglo pasado nació la utilización de la moneda social, local, solidaria.

Para comprender el alto potencial de la moneda social en la vida económica de las localidades que han recurrido a ellas, se incluye el pensamiento de Bernard Lietaer<sup>58</sup>, economista belga, de variada experiencia profesional y académica, funcionario del Banco Central de su país. Participó del primer proyecto de moneda europea unificada (ECU), fue

---

<sup>57</sup> De La Cuesta González Marta. "Inversiones socialmente responsables". Universidad Pontificia de Salamanca. Web Futuros.

<sup>58</sup> Lietaer Bernard. El futuro del dinero: Longseller Errepar. Buenos Aires. 2005.

Presidente del sistema de pago electrónico de Bélgica, desarrolló tecnologías para empresas multinacionales a ser utilizadas en ambientes de múltiples monedas, actuó en países en desarrollo para mejorar sus ahorros y enseñó finanzas internacionales en la Universidad de Lovaina. En su séptimo libro “El futuro del dinero: mas allá de la codicia y la escasez” expone una original argumentación acerca de lo que pasó con la economía convencional que, se supuso, debía ayudar a poner la casa en orden.

Para Lietaer, el diseño del sistema monetario es en realidad la raíz de mucho de lo que ocurre o no ocurre actualmente en la sociedad: “el dinero es como un anillo metálico que nos hemos colocado en la nariz: nos hemos olvidado que nosotros fuimos los que lo diseñamos y ahora él nos está apretando y obstaculiza el desarrollo. Manifiesta que es tiempo de imaginarse dónde queremos ir, si queremos ir hacia la sustentabilidad y la comunidad, para ello se debe diseñar un sistema monetario que nos lleve hasta ese punto”.

La razón por la cual nos sentimos atados ya que en una primera etapa civilizatoria, el hombre vivió el paradigma de la abundancia de la Gran Madre Tierra, toda poderosa, toda generosa con sus hijos: los cazadores y recolectores, quienes disfrutaban de los recursos en cada espacio y – si se agotaban – cambiaban de sitio.

Con la revolución agrícola, el uso de la rueda y el fuego, empezó a ser reprimido ese paradigma, la competición y la voracidad dieron paso a la conducta humana normal y el miedo a la escasez la alimentó definitivamente. Se tendría así, cinco mil años de otro paradigma, el de la escasez, instalado en las cabezas y en las prácticas de todas las culturas que tuvieron contacto con la primera civilización y ya no se puede “ver” abundancia, sino escasez permanente.

La paradoja del tercer milenio es que la población total aumentó, pero se prevé que a la tierra con solo el trabajo del 2% de la humanidad es suficiente para mantenerla funcionando... “si queremos eso ¡que así sea!, afirma Lietaer”.

La teoría de fondo a la que recurre este autor es la Psicología Colectiva de Carl Gustav Jung, para quien la represión de un arquetipo provoca la manifestación de sus sombras. Cuando el arquetipo Soberano es reprimido, aparecen en su lugar sus sombras complementarias: el Tirano y el Cobarde, que muestran la imposibilidad de ejercer una y el miedo de aparecer como la otra. Lo mismo ocurre con el paradigma de la Gran Madre, que reprimido se expresa en sus sombras, lo cual explica perfectamente que Adam Smith observara mucha codicia y miedo a la escasez alrededor suyo y asumiera que así era como las sociedades “civilizadas” operaban. Creó Smith una

economía desde ese enfoque, que distribuye o administra los recursos escasos, a través del mecanismo individual y personal de la codicia.

Es así como, para autores de la talla de Ernesto Sábato, Michel Tavernier, y el mismo Lietaer y tantos otros aliados, la moneda social significa un movimiento de recuperación del paradigma de la abundancia, a partir de una ruptura de la situación vigente. No se trata, pues, de una vuelta al trueque primitivo, como puede parecer a primera vista, sino de una conquista de las nuevas tecnologías aliadas a una reinterpretación del fenómeno social del dinero. Que requiere una sociedad civil fuerte y organizada para su implementación, a la vez que se disponga de un estado promotor y un sector empresario que deje de ser especulativo y vuelva ser emprendedor.

La inestabilidad reciente en el sistema monetario, basado en la deuda global, las prácticas para acelerar la globalización indiscriminadamente, y los profundos cambios tecnológicos de la información y la comunicación han proporcionado el suelo muy fértil para la extensión de monedas comunitarias.

Stephen DeMeulenaere<sup>59</sup> manifiesta que las monedas comunitarias:

1. **Son sólidas.** En la mayoría de los Sistemas, la moneda se imprime por cuenta de miembros, así como que en cualquier banco. La cantidad retirada o depositada se registra en un libro central. Cuando la totalidad de saldos de cuenta es siempre igual (los créditos - los débitos = 0) o (los créditos + cambio en la mano - los débitos = 0), la contabilidad es muy sencilla. La administración no imprime moneda, es el miembro quien imprime su moneda. El sistema registra simplemente esa acción.
2. **Sólo circulan dentro de un área determinada.** Para servir a la comunidad, la moneda circula sólo dentro de un área geográfica definida por los miembros. Es improbable que la moneda se acepte fuera de ella.
3. **No desafía a la moneda nacional.** Las monedas de la comunidad son a menudo denominadas en el mismo valor de la moneda nacional, y así son llamados también la paralela o monedas complementarias, o dinero social. Esto sirve para dos propósitos: mantener la igualdad del precio (el precio permanece igual después de su introducción al sistema) y para hacerlo fácil al uso de la gente. La moneda comunitaria sólo es usada para compras locales, la moneda nacional tiene su radio de acción para todo tipo de compras en todo el ámbito geográfico del país, así no hay la competencia directa entre ellas. La gente preferirá

---

<sup>59</sup> DeMeulenaere Stephen .Un Futuro Brillante para la moneda social.

generalmente la moneda nacional, pero carente de esa posibilidad, la moneda comunitaria servirá para distintas alternativas. Los bienes localmente producidos pueden emplear una combinación de la moneda nacional y de la moneda comunitaria. Está en el vendedor y el comprador decidir cuál moneda aceptar en la transacción.

4. **Operan o han operado legalmente en más de 35 países.** Existen sistemas de moneda comunitaria que se aplican en el NAFTA, G7 y los países de Unión Europea, en Japón, Tailandia, Australia, Nueva Zelanda, Senegal, México, El Salvador, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Uruguay, Chile, Argentina y Brasil. En algunos casos, estos sistemas son sostenidos activamente por los propios gobiernos. Los gobiernos de México, Argentina, Australia, Inglaterra han activado sistemas de moneda comunitaria y apoyan estos sistemas, y muchos otros han dado su apoyo no oficial. En todos los casos donde las monedas comunitarias tienen apoyo del gobierno, no se ha considerado jamás como una amenaza a la estabilidad financiera nacional.

El economista americano Lewis Solomon<sup>60</sup> discute que tal red de sistemas de moneda comunitaria se debiera establecer para todos los países de América. Aunque reflexiona en sentido contrario, respecto a que los países más ricos en el mundo estén dispuestos a que tales sistemas se establezcan con facilidad en sus territorios. Para su criterio funcionarían de mejor manera en economías periféricas.

5. **Protegen la economía nacional que usa el mecanismo del mercado libre.** En el mundo, las barreras arancelarias para el libre comercio se han reducido. Pocos países, mantienen sus barreras altas proteccionistas. DeMeulenaere se pregunta con cierta esperanza: ¿Sin embargo, no veo qué trabas se puedan imponer a redes basadas en el comercio comunitario?.

## **Presencia de monedas sociales**

En diversos países de todos los continentes se han establecido monedas locales para evitar los desastres de la falta de liquidez, unas permanecen en el tiempo, otras son temporales hasta solucionar los problemas. A continuación se observan ejemplos de monedas locales, países y lugares en que funcionaron o funcionan:

Las Horas de Ithaca del Estado de Nueva York. Es un banco de tiempo. Local Exchange Trading System”(LETS) se introdujo en 1982, la base para un sistema Mutuo de moneda de Crédito. Sistemas locales de moneda fueron desarrollados como respuesta natural a la crisis de la economía

---

<sup>60</sup> Solomon Lewis. Rethinking Our Centralized Money System . Repensando nuestro sistema monetario.

dominante, los LETS se desarrollaron como una respuesta intencional a la crisis de la economía convencional. Los SELs de Francia; Systèmes d'Échange Local son otra experiencia especial. Los Noppels holandeses son derivados de los LETS. Wara, apareció en Alemania en 1931. El Dólar del Comercio del Valle, New Hampshire, Estados Unidos de América operó en 1998. El Dólar de Toronto, Canadá, en 1999. Tianguis Tlaloc, se organiza en 1994, es el primer sistema del estilo moderno de moneda comunitaria comienza a imprimirse en el Valle de Mezquital en el estado de México (Oaxaca). Se origina simultáneo con la Rebelión de Zapatista en Chiapas, el programa volvió a instaurarse en la Ciudad de México en 1995 y se extendió por todo ese país. Crédito de RGT Argentina, se analiza más adelante. La moneda de Doole, Senegal, en 1998, a partir de que un miembro del LETS francés retorna a su patria y da vida a un sistema de moneda comunitaria. El Doole (se considera como "la fuerza de la unidad") ha operado en muchos distritos de Dakar, y en otras comunidades de ese país. Se lo consideró como un Negocio Cooperativo donde los miembros del sistema pueden vender sus bienes. Cuenta con una Escuela de oficios, proyectos comunitarios y un mercado público semanal, atiende las actividades primarias como regla. El Kud Chum, Tailandia del año 2000 se define como un sistema de moneda comunitaria. El sistema se lanzó en marzo de 2000, y goza de un gran apoyo. El gobierno temeroso de esto se propuso alejar a los miembros de este sistema. Pero el proyecto continuó, con el apoyo de la ciudad y el Templo local Budista. La Moneda comunitaria apareció en Japón, en 1999. Para alentar esto, el Gobierno imprimió una moneda comunitaria temporal apoyada por 750 millones de dólares americanos de deuda del gobierno. Aunque el programa tuvo debilidades desde el comienzo y en el exterior tuvo poco apoyo, fue significativa para que cada comunidad en todo el Japón imprimiera su propia moneda.

- **El Trueque**

### **Principios de la Red Global**

A falta de circulante se recurre al trueque, es decir las personas intercambian entre si bienes y servicios, simultáneamente. Su historia es inmemorial. Grandes empresas y países lo han utilizado en su oportunidad. Ecuador entregaba bananos por vehículos con países de Europa del Este, en las décadas de los setenta y ochenta del siglo pasado.

Pero el trueque que se revisa corresponde a comunidades carentes de dinero para sus más elementales y básicas transacciones. Primero, se analizan los principios básicos que están presentes a través de la Red Global de Trueque:

- La realización como seres humanos no necesita estar condicionada por el dinero.

- La esencia no es promover bienes o servicios, sino ayudarse mutuamente para alcanzar un sentido de vida superior, mediante el trabajo, la comprensión y el intercambio justo.
- Sostienen que es posible remplazar la competencia estéril, el lucro y la especulación por la reciprocidad entre las personas.
- Creen que los actos, productos y servicios pueden responder a normas éticas y ecológicas antes que a los dictados del mercado, el consumismo y la búsqueda de beneficio a corto plazo.
- .Los únicos requisitos para ser miembro de la Red Global de Trueque son: asistir a las reuniones grupales, capacitarse y ser productor y consumidor de bienes, servicios y saberes, en el marco de las recomendaciones de los círculos de calidad y autoayuda.
- Sostienen que cada miembro es el único responsable de sus actos, productos y servicios.
- Consideran que pertenecer a un grupo no implica ningún vínculo de dependencia, puesto que la participación individual es libre y extendida a todos los grupos de la Red.
- Sostienen que no es necesario que los grupos se organicen formalmente, de modo estable, puesto que el carácter de Red implica la rotación permanente de roles y funciones.
- Creen que es posible combinar la autonomía de los grupos en la gestión de sus asuntos internos con la vigencia de los principios fundamentales que dan pertenencia a la Red.
- Consideran recomendable que los integrantes no respalden, patrocinen o apoyen financieramente - como miembros de la Red - a una causa ajena a ella, para no desviarse de los objetivos fundamentales que los unen.
- Sostienen que el mejor ejemplo es la conducta en el ámbito de la Red y en la vida fuera de ella, guardan confidencialidad sobre los asuntos privados y prudencia en el tratamiento público de los temas de la Red que afecten a su crecimiento.
- Creen profundamente en una idea de progreso como consecuencia del bienestar sustentable del mayor número de personas del conjunto de las sociedades.

- En la Economía Solidaria, nada se pierde, nada se regala: todo se recicla, todo se valora, todo se distribuye por igual.

**RGT(Red Global de Trueque)** el sistema de intercambios multirrecíprocos que nació el 1º de mayo de 1995 en Bernal, ciudad de Quilmes, Provincia de Buenos Aires, República Argentina se conformó con 23 personas y pasó en 6 años a más de un millón, no solamente en este país sino también en Brasil, Uruguay, Chile y España, entre otros países.

RGT empezó como feria de garaje organizada por Horacio Covas, Carlos de Sanzo y Rubén Ravera. Este sistema creció muy rápido debido a la dificultad económica que atravesó todo el país, no solamente en el gran Buenos Aires.

Centenares de “nodos” formaban la RGT. Cada uno de ellos organizaba ferias semanales donde se trocaban una variedad de bienes cotidianos, tales como comidas, ropas, cosméticas y papelerías. En RGT existía a su vez una red de nodos, y, por tanto, un socio del nodo A podía ir al nodo B o C para participar en las ferias y trocar.

Los intercambios se hacían con vales llamados “créditos.” La equivalencia del crédito estuvo en un peso argentino por un dólar norteamericano. Los socios recibían 50 créditos al ingresar y con esta seguridad hacían el trueque.

Se destaca el concepto de “**prosumidor**” en la RGT: es una palabra acuñada que significa, que los socios de la RGT son a la vez productores y consumidores.

El 20 de diciembre del 2000 se firmó un acuerdo entre la RGT y la Secretaría de Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Economía. Esto significó que el gobierno argentino reconoció a la RGT como herramienta para impulsar las Pymes. Esta red global tuvo como filial a la Red Latinoamericana del Trueque. Sin embargo, el crédito de la red ya no fue aceptado por razones de la codicia humana y sobrevino el colapso.

Para comprender lo sucedido se transcribe un análisis año por año de esta historia de gran éxito, pero que finalmente fracasó.<sup>61</sup>

Más allá de lo que permiten los simples números de crecimiento de las redes de trueque, se analiza el fenómeno del “crédito” como organizador de las redes de trueque en Argentina, observando las distintas formas asociativas, el rol de los distintos actores sociales y la incorporación de

---

<sup>61</sup> Primavera Heloisa, Riqueza, dinero y poder: el efímero “milagro argentino” de las redes de trueque. Diciembre 2002. [heloisa@alliance21.org](mailto:heloisa@alliance21.org) [www.reclases.org.ar](http://www.reclases.org.ar)

aliados a lo largo del tiempo. Se caracterizan 6 etapas de su evolución, de las cuales se da cuenta, brevemente puntualizando las distintas tendencias en el manejo del “dinero privatizado” que representó el bono de intercambio:

1ª Entre mayo de 1995 – septiembre 1996: existencia de pocos clubes, sistemas de contabilidad variados: planillas, libretas centrales / tarjetas individuales, vale nominal intransferible, vale transferible: el primer “bono” o paramoneda.

2ª Entre 1996 – mayo 1997: multiplicidad de bonos de intercambio, los medios de comunicación masiva se interesan en el fenómeno, gestión descentralizada de los clubes, algunas tensiones entre los grupos, principalmente en la región metropolitana; 3ª Entre mayo 1997 – julio 1999 se produce la organización de las zonas, a nivel del área metropolitana de Buenos Aires y se inicia la organización en el interior del país; luchas por la hegemonía del control de los bonos en las reuniones mensuales de “coordinación” de las zonas.

4ª En el período julio 1999 – diciembre 2000 se producen dos eventos fundamentales: la refundación de La Bernalesa, como una megaferia (feria de negocios) en la que se empieza a manejar dinero y el Convenio con la SEPYME (Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa) del Ministerio de Economía de la Nación.

5ª Entre enero 2001 – abril 2002 se produce un crecimiento explosivo, un desborde controlado, fuertemente apoyado por los medios y el supuesto derecho exclusivo a “franquiciar” (concesión de derechos de explotación) el modelo defendido por el grupo fundador: la red se escinde en dos modelos: RGT / RTS.

6ª Entre abril 2002 – diciembre 2002: junto con la crisis económica, política y social del país, las redes sufren el impacto de su propia crisis: sobre-emisión, venta indiscriminada “ad libitum” (a voluntad, libremente) y falsificaciones de los bonos del grupo fundador, conocidos como “arbolitos” (por el diseño del bono que lleva un ombú en su cara principal), ganan la calle en una proporción que provoca el estallido del sistema.

Según la misma Heloisa Primavera, la crisis se originó, así de simple: hiperemisión, (excesiva emisión de moneda) “inflación” (abundancia excesiva) y producción escasa de productos. Los números que alcanzaron fueron seis millones de participantes, 200 millones de créditos “buenos” (según los fundadores, los suyos) y unos 500 millones de “truchos” o malos (según los fundadores, los de “los otros”).

Pero su esperanza en este sistema sigue firme, si se acompaña con una capacitación de los riesgos del trueque y se lo junto con el microcrédito y el

presupuesto participativo. Confía en que son las armas de David contra Goliat.

## **Los Bancos de Tiempo**

Una especie de trueque, pero que no intercambia bienes sino horas, son los bancos de tiempo, esta modalidad ha sido una respuesta para paliar problemas sociales por falta de ingresos debido a varios motivos como la jubilación, los recortes de personal, discapacidades, crisis económicas y más.

Banco de Tiempo es un sistema económico en el cual los usuarios pueden ofrecer o demandar productos o servicios sin que intervenga la moneda oficial del país.

Empiezan con un número reducido de personas y van creciendo paulatinamente hasta que la comunidad tenga la suficiente confianza en este sistema.

Los participantes entregan horas de trabajo disponibles, que se registran en un banco de tiempo, luego esas horas son contabilizadas y consideradas créditos que pueden utilizarse cuando el generador de los registros contables lo necesite. Ejemplo entregar horas en una construcción social, luego solicitar compensación en una capacitación sobre turismo. Los bancos de tiempo se fundamentan en 4 Valores Básicos similares a todos los componentes de la Economía Solidaria.<sup>62</sup>

- Las personas son los bienes o fortalezas.
- Redefinición del Trabajo para que sus contribuciones sean reconocidas como trabajo real.
- Asociarse para triunfar, la idea de la reciprocidad permite fortalecer al que da no al que recibe.
- Capital social se basa en considerar que las acciones del presente tienen gran significado para el futuro. Con la reciprocidad se podrá construir capital social requerido para el funcionamiento del Banco.

Funcionan los Bancos de Tiempo desde 1992. En Italia, país pionero en el intercambio de tiempo en Europa, un sindicato de pensionistas de Parma fue el primero en poner en práctica un proyecto de este tipo para resolver problemas de la vida cotidiana. En el año 1995, la experiencia se hizo

---

<sup>62</sup> Miyares Ana. Los cuatro principios fundamentales de los bancos del tiempo. [www. Bdt.org](http://www.Bdt.org)

extensible a otras ciudades. Actualmente, ya son 300 bancos, promovidos por grupos de mujeres.

Existen redes regionales en el Reino Unido en la que colaboran conjuntamente entre si, siendo una red de las más importantes la “London Time Bank”. En Estados Unidos son conocidos como “Time Dollars” y están en más de 28 Estados.

En Portugal, bajo la denominación de “BANCODETEMPO”, se encuentran involucradas más de 30 organizaciones, desde ayuntamientos, iglesias, escuelas, ONG’s, empresas, y más.<sup>63</sup>

En este mismo contexto, aunque con ciertas variantes, se incluye el Intercambio de Saberes, que se origina cuando en la misma oportunidad de reunirse dos personas, la una entrega su conocimiento y recibe de la otra también un conocimiento, pero de otra materia.

Funciona así: una persona expone administración en una hora, la otra persona en reciprocidad trasmite informática, o recetas para la preparación de comida en un restaurante, o de declaración de impuestos así mismo en una hora, esto se asigna a los exponentes.

Pero, la diferencia con el Banco de Tiempo es que en este caso no hay créditos ni débitos, ni ahorros para el futuro, en la misma reunión se entregan y se cobran los saberes intercambiados.

- **Los Centros Direccionales**

Los Centros Direccionales, que tienen como primer objetivo la igualdad de acceso a la educación, el capital y la técnica de todas las personas. Son lugares para el desarrollo integral, la innovación y los servicios, desde los que se pretende favorecer la disponibilidad local para innovar, respecto a realidades concretas en lo social, tecnológico, económico y cultural.

Lugares donde se aprende creando, y donde se aprende a hacer, utilizando el conocimiento y los medios para el desarrollo, formando entornos tecnológicos y de utilización del capital, aplicación de metodologías productivas, de administración y de acceso a los mercados.

En estos Centros, desde abajo y desde adentro, se dirigen los conocimientos y los medios a favor de las mayorías, actúan como escuelas del desarrollo y como fuente de actividades emprendedoras, de innovación,

---

<sup>63</sup> Qué es Bdt Madrid.org

de ingenio, de producción y de comercio, de actividades sociales, de información, comunicación y cultura.

Desde aquí, las prestaciones de servicios sociales, formación de líderes y asociaciones ayudan a que emerjan los verdaderos agentes de transformación. Su funcionamiento los convierte en los espacios apropiados para la creación de riqueza y su justa distribución, con productividad y solidaridad, escuelas de ciudadanía, información, profesionalidad técnica, administrativa y de mercado.

- **Los Gobiernos Central y Locales Solidarios.**

El Desarrollo Local se ha convertido en un concepto motivador para los países, y es un consenso que desde lo local se puede modificar a la economía y la sociedad mundial. La cercanía de los organismos públicos con el ciudadano torna más viable la solución de los problemas cotidianos y estructurales. Según IDEASS<sup>64</sup>, el fracaso de las políticas tradicionales de desarrollo “de arriba abajo” (top-down), junto con los efectos de la globalización y la nueva ola de descentralización han sido los factores principales del desarrollo del enfoque “Desarrollo Económico Local” (DEL).

Muchas organizaciones internacionales recurren a este instrumento debido a que su eficiencia en diferentes países está bien documentada. La Oficina Internacional del Trabajo (OIT) describe el DEL como “un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo digno y estimular la actividad económica”.

Un instrumento que ha dado prueba de su eficiencia para desarrollar territorios pobres bajo un marco de DEL es la Agencia de Desarrollo Económico Local (ADEL), que se revisa en páginas posteriores. Para democratizar las decisiones de las autoridades, la implantación de elaborar el presupuesto sea local, provincial, regional y nacional requiere la participación ciudadana, la solidaridad y que no sea impuesto por mayorías o por poderes jerárquicos ya establecidos.

En la experiencia recogida, todavía no se encuentra un ejemplo de presupuesto participativo nacional.

---

<sup>64</sup> IDEASS, Innovaciones para el Desarrollo y la Cooperación Sur-Sur, es promovida por los programas de cooperación internacional De Desarrollo Humano y Lucha contra la Pobreza OIT/Universitas, PNUD/IFAD/UNOPS.

El Presupuesto Participativo deviene de la organización de mesas o asambleas ciudadanas de diverso orden y temas así pueden tratar de: producción, circunscripción territorial, estructuras demográficas, salud, educación, vivienda, deporte, cultura y más. Los intereses particulares deberán sobreponerse al interés general. Incluso, no solamente la pobreza estará en primer orden, sino todos los problemas deben ser considerados en este concepto relativamente nuevo, pero de muy difícil implantación por los intereses personales de los gobernantes.

Las autoridades tienden a considerarse dueños de los recursos de la comunidad, y que solamente en ellos están iluminados para la mejor toma de las decisiones.

Rehúsan compartir este poder, ya que se sienten menoscabados en su posición política, sienten temor de perder influencia desde la parte técnica al estar obligados a democratizar la representatividad, que con este proceso se ve fortalecida en las estructuras vecinales y en las comunidades en general.

Desde el aspecto positivo, la aplicación del Presupuesto Participativo permite arribar a una nueva forma de relación entre la ciudadanía con el gobierno. Lo cual supone mayor transparencia en la gestión, control de los recursos públicos y respeto a la autoridad honesta y transparente.

Este Presupuesto<sup>65</sup> es “un proceso, por el cual la población delimita o contribuye a definir el destino de todo o una parte de los recursos públicos de toda la nación o de un organismo seccional sea región autónoma, prefectura, (gobierno provincial) municipio o junta parroquial”.

Ubiratan de Souza, uno de los primeros responsables del Presupuesto Participativo en Porto Alegre (Brasil) propone una definición más precisa y más teórica: “El Presupuesto Participativo (PP) es un proceso de democracia directa, voluntaria y universal, donde el pueblo puede discutir y decidir sobre el presupuesto y las políticas públicas.

El ciudadano no limita su participación al acto de votar para elegir al Ejecutivo o al Parlamento Local, sino que también decide las prioridades de gastos y controla la gestión del gobierno. Deja de ser un coadyuvante (persona que contribuye a la consecución) de la política tradicional para ser protagonista permanente de la gestión pública. El Presupuesto Participativo combina la democracia directa con la democracia representativa, una conquista a ser preservada y calificada”.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Banco Mundial, AME, UN-HABITAT. Respuestas a Preguntas Frecuentes sobre Presupuestos Participativos Municipales. Eureka Soluciones de Diseño Imprenta. 2007.

<sup>66</sup> Ibid.

El Presupuesto Participativo nace formalmente en 1989 en algunas ciudades brasileñas, particularmente en Porto Alegre. Fuera de Brasil, a partir de 1990, en Montevideo (Uruguay), la población fue invitada a practicar este proceso. Se calculaba a mediados de la primera década del Siglo XXI, existían 300 ciudades que aplicaban el Presupuesto Participativo.

En Perú, una versión reciente señala que 2.200 localidades aplican este proceso, ya que la Constitución así lo dispone, así como en Ecuador.

Gráfico N° 7 El presupuesto municipal participativo en Córdoba, Argentina



4

Fuente: Ayuntamiento de Córdoba. 2003, Los Presupuestos Participativos.

Como se observa en el ejemplo del Gráfico anterior, la gran diferencia está en lograr una mayoritaria participación ciudadana en la elaboración del presupuesto de inversiones, para ello se deben tomar en cuenta que es un proceso regulado, en el que se establecen criterios capaces de guiar una toma acertada de decisiones, con el fin de conjugar el criterio personal o más cercano (la calle de la casa, el barrio) y el criterio general y más técnico (la ciudad y el bienestar común).

Es una Escuela de ciudadanía activa con dimensión educacional y de aprendizaje mutuo: implica discutir sobre lo que hace el ente público, confrontando opiniones, conociendo las limitaciones presupuestarias y

discutiendo acerca de que si lo que piensa la comunidad, es lo mejor para la localidad analizada.

Mientras la elaboración del Presupuesto Tradicional está a cargo de unas pocas personas, como y el Alcalde, Concejales, Director Financiero, o de Presupuesto, de Planificación, de Obras Públicas u otros de menor jerarquía.

Debido a las excesivas resistencias que la aplicación del Presupuesto Participativo genera, se recomienda, que si las localidades están en un momento anterior a la implantación de este mecanismo, organizar foros u otras actividades de socialización, con la presencia de entidades de gran legitimidad en la sociedad civil, a fin de presionar para la apertura de una discusión pública del presupuesto y su control por parte de los ciudadanos.

Los 8 principios del Presupuesto Participativo son<sup>67</sup>: Participación, Transparencia, Igualdad, Tolerancia, Eficacia y Eficiencia, Equidad, Competitividad y Respeto a los acuerdos. A estos principios se añade el principio de la co-gestión (gestión compartida) de los recursos públicos.

No existe una receta universal para iniciar un Presupuesto Participativo; éste tiene que adecuarse a la situación local. Los pasos a seguir son:

Hacer primero un diagnóstico de situación para ver hasta qué punto los principios rectores son respetados y las condiciones previas reunidas. Luego levantar, también en forma participativa, un mapa (o evaluación) de los actores locales interesados y de los actores opuestos al proceso.

En tercer lugar, el análisis y definición clara por parte del equipo de gobierno, del volumen y origen de los recursos que serán puestos a consideración del Presupuesto Participativo y los que serán necesarios para que el municipio implante el proceso. En este momento, los municipios están obligados a realizar un estudio costo/beneficio o costo/resultado esperado.

Un cuarto paso es la construcción de alianzas y la ampliación de los diálogos para que la idea gane más adeptos y legitimidad en el municipio. Los elementos claves pueden ser:

- Construir un acuerdo al interior del gobierno
- Dialogar con los actores más relevantes de la sociedad civil.

---

<sup>67</sup> Ley Marco del Presupuesto Participativo en Perú. Presupuestos Participativos. [www.cuenca.gov.ec](http://www.cuenca.gov.ec)

- Buscar el involucramiento del poder legislativo local desde el inicio.

Finalmente, se elabora el Reglamento Interno del Presupuesto Participativo que define las reglas de juego, para el primer año.

De acuerdo a las experiencias de varias ciudades brasileñas<sup>68</sup> se destaca las características propias de una de ellas, la ciudad de Belém, que distribuye la responsabilidad en 8 Distritos Administrativos y cada uno elige 3 Consejeros y los sectores escogidos son: Industrial, Servicios, Comercio, Mujeres, Negros/as, Indios/as, Portadores del SIDA, Homosexuales. Por Consejos Temáticos se tiene: Urbanístico y Ambiental, Economía Solidaria, Inclusión Social, Ciudadanía Cultural, Gestión Democrática de Necesidades Específicas.

### **Presupuesto Participativo y Economía Solidaria en América Latina.**

La participación del sector informal, de los pequeños productores, de micro empresarios, de productores de bienes y servicios individuales, de obreros de la construcción, de vendedores ambulantes, de asociaciones de jóvenes productores, de recolectores y recicladores de basura, y de agricultores urbanos es mucho más expresiva que la del sector formal. Estos productores de riqueza para la ciudad pueden obtener beneficios con el Presupuesto Participativo para mejorar su situación. Esta es una de las virtudes, poder favorecer al sector informal, así sea en forma limitada.

Los beneficios para el sector informal y de economía solidaria son de dos tipos: primero, los proyectos seleccionados dentro del Presupuesto Participativo les pueden ayudar directamente en forma de capacitación, entrega de dinero al arranque para capital rotativo, provisión de equipamientos, acceso a mercados públicos, y más; segundo, las obras aprobadas por el Presupuesto Participativo pueden ser administradas por comunidades y ejecutadas por sectores menos favorecidos.

Como todavía en muchas localidades, la aplicación de este tipo de presupuesto, depende de la voluntad política del gobierno local, de la movilización y de la voluntad de la población es altamente recomendable vincularlos con los Planes Estratégicos o de Ordenamiento Territorial.

En varios municipios el Presupuesto Participativo ha sido un instrumento de inclusión y de desarrollo del espacio rural municipal con alta visión de género.

---

<sup>68</sup> Ibid

Algunos municipios han limitado su Presupuesto Participativo a la zona rural, pero eso no es conveniente porque las zonas urbanas, igual tienen múltiples carencias.

Históricamente los Presupuestos Participativos han sido promovidos por partidos de izquierda o de centro izquierda. En varias ciudades han sido el fruto de movimientos desde la sociedad civil, los cuales consiguieron, al mismo tiempo, elegir alcaldes afines a sus demandas. En Brasil, fue la marca del Partido de los Trabajadores, pues veía al Presupuesto Participativo como un instrumento de justicia social (redistribuir el recurso público hacia quien no lo recibía), de justicia fiscal y sobre todo de justicia política (dar voz a aquellos que nunca la habían tenido). Tienen en común el hecho de reforzar la democracia participativa, dentro del marco de la legalidad.

Sin embargo, de una propuesta técnica de partido político, el Presupuesto Participativo se ha transformado en un proceso político administrativo. En los últimos años, el Presupuesto Participativo ha sido implantado por frentes de partidos o por otros partidos de los que lo iniciaron. En estos casos, los objetivos sufren contradicciones, a veces significativas. A fin de evitar estas diferencias, en Alemania, todas las fundaciones ligadas a los partidos políticos han hecho un acuerdo para promover una metodología común.

Tres reflexiones dignas de tomarse en cuenta se anotan: los presupuestos participativos no constituyen la panacea del desarrollo local; ni evitarán las diversas formas de corrupción que son tan comunes en las administraciones de los países en desarrollo y, es de una u otra manera obligatorio, que una vez implantado el mecanismo, corresponde hacer una gran fuerza ciudadana para mantener su sostenibilidad.

De todas maneras, el mayor aporte del Presupuesto Participativo es alcanzar lo que ahora se denomina gobernanza participativa.

- **Las acciones de las Universidades y Centros de Investigación.**

Cada vez aparecen nuevas universidades que se incorporan a la gran tarea de impulsar esta Otra Economía. De todos los continentes se vislumbra esta vocación con ideas novedosas, tanto para la capacitación como para la creación de nuevos productos solidarios. En efecto, los posgrados están multiplicándose, un ejemplo en la Universidad de Sarmiento, Argentina se dispone de: La Maestría en Economía Solidaria y Desarrollo Asociativo se desarrolla a partir del trabajo conjunto entre el Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES) y la Escuela de Economía y Negocios (EEyN) de la Universidad de San Martín. La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales con sede en Ecuador, FLACSO, ofrece dentro del programa del

doctorado sobre “Economía en Desarrollo”, investigaciones en Economía Solidaria.

En Francia y España los diplomados, posgrados, investigaciones profundas, se multiplican las páginas web que publicitan estos temas. Organizaciones de investigación que están en la Red, se mencionan al Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC, el Observatorio de la Economía Solidaria, Campus Virtual de la Economía Solidaria y, Riless con su boletín y revista Otra Economía, y muchas más.

Nuevas herramientas tangibles e intangibles se crean desde la Academia, lo que recuerda el pensamiento de Einstein: es más importante la imaginación que el conocimiento. Las universidades organizan emprendimientos comunitarios a través de cooperativas universitarias e incubadoras de ideas para el conocimiento antes de iniciar su desarrollo. En Brasil, con apoyo de los centros superiores ya se disponen de miles de emprendimientos que son el soporte de un nuevo sector popular, así se citan las Empresas Autogestionarias, las Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCPs), las Agencias de Desarrollo Solidario (ADES), las Cooperativas de Trabajo.

- **Las Agencias de Desarrollo Económico Local Solidario.**

Se han convertido en instrumento para desarrollar territorios pobres en el marco del Desarrollo Económico Local, las primeras agencias nacieron con el apoyo de la Organización Internacional del Trabajo OIT, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo, UNDP, la Oficina de Servicios de Proyectos de las Naciones Unidas, UNOPS, Cooperación Italiana, y la Unión Europea.

Estas ADELs operan como organizaciones autónomas, conformadas por instituciones públicas y privadas, con el fin de implementar estrategias de desarrollo territorial compartidas, con énfasis particular en favorecer al acceso de la población más marginal a las oportunidades de ingreso y empleo decente. Desempeñan un papel concreto en la efectiva gobernabilidad del territorio, valorizando el capital social de los actores locales (participación) y el potencial económico (desarrollo), a través de la promoción y del desarrollo de micro y pequeños empresarios y cooperativas, favoreciendo a la competencia territorial y, al mismo tiempo, a la inclusión social.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> La Agencia de Desarrollo Económico Local. IDEASS, Innovaciones para el Desarrollo y la Cooperación Sur-Sur. Organización del Trabajo OIT 2003.

Las ADELs brindan servicios integrados incluyendo, informaciones, asistencia técnica, créditos y capacitación.

Además, aseguran la articulación que entre estrategias, intervenciones locales y nacionales, se propicie la apertura internacional de la economía local. Para el año 2003, se registraban 36 ADELs de este tipo y de este origen, tanto en América Latina, África y Europa del Este, para el año 2008, la cifra aumentó.

La creación de una Agencia ahora parte también de las iniciativas de los organismos seccionales y la comunidad, que valoran a esta organización promotora.

Son miembros con poder de decisión en las ADELs: instituciones públicas nacionales, organismos regionales, municipios, asociaciones gremiales y comunitarias, organismos no gubernamentales (ONGs), universidades y centros de investigación técnica, otras instituciones privadas y profesionales en libre ejercicio motivados en el apoyo al desarrollo económico en el ámbito local.

Una fuerte descentralización de los gobiernos central o seccional debe proveerse a las ADELs, si desean sobrevivir a los cambios de las políticas y de los actores políticos.

Los servicios que prestan se refieren a la promoción económica, productiva y territorial. Sin embargo, en los últimos años, se debe agregar el impulso a la empresa social, a la responsabilidad social empresaria y a servicios complementarios, como cuidado de niños en el caso de madres solteras, los servicios de transporte para personas minusválidas y más.

Una aspiración se refiere a que cada municipio o ayuntamiento debe disponer de una Agencia de Desarrollo Solidario Económico Local. Si esta recomendación se cumpliera, las comunidades progresarían con mayor rapidez en el ámbito productivo, repercutiendo en el bienestar social y en la participación de toda la población.

Con el nombre de EURADA (European Association of Regional Development Agencies) o la Asociación de Agencias de Desarrollo Europea, funciona esta organización sin fines de lucro para promover el desarrollo económico regional a través del diálogo con los servicios de la Comisión Europea, intercambiando las buenas prácticas entre sus miembros regionales o transnacionales.

Alcanza esta red, más de 150 agencias de los países de la Unión Europea y de Europa del Este.

- **Organizaciones Gubernamentales**

Varios países han creado, además de disponer de la política de Estado de apoyo a la Economía Solidaria, Ministerios y otras organizaciones de la Administración Central, a los cuales se los ha bautizado como Ministerio de Economía Solidaria en Senegal, Ministerio de Economía Popular en Venezuela, Ministerio de Economía Social en Bélgica, Secretaría de Economía Solidaria del Ministerio de Trabajo en Brasil. En este último país, se dispone de un Programa de Gobierno de Economía Solidaria.

Colombia, en un área más restringida dispone de la Ley 454 de 1998, la que desarrolla el Sistema Nacional de Economía Solidaria con una Dirección Social DANSOCIAL, un Fondo de Fomento de la Economía Solidaria FONES, la Superintendencia de la Economía Solidaria SUPERSOLIDARIA, el Fondo de Garantías para el sector cooperativo FOGACOOOP. A esta tarea se suma el SENA, con el Programa Nacional de Economía Solidaria.

- **Organizaciones No Gubernamentales**

En todos los países están activas Organizaciones No Gubernamentales dedicadas a fortalecer a los sectores solidarios señalados anteriormente. En la página web Gloobal<sup>70</sup> se observan a varias ONG's que apoyan a la Economía Solidaria.

En general, las ONG's unas son donantes y otras receptoras de aportes pero su cordón umbilical es impulsar a este modelo. Las donaciones se entregan en diversas formas como dinero, maquinarias, equipos, materiales, capacitación, asistencia técnica.

- **Las Organizaciones Internacionales de Desarrollo**

El reconocimiento de la existencia de la Economía Solidaria, es una constante en los Organismos Internacionales, las declaraciones de sus máximas Autoridades avalan el deseo de trabajar en conjunto.

Del discurso inaugural de José Antonio Ocampo, Secretario General Adjunto de las Naciones Unidas para Asuntos Económicos y Sociales, en el tema Cooperativas: socias en una globalización justa, en Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional - Cartagena de Indias, Colombia, entre el 23 y 24 de Septiembre de 2005 se extrae esta manifestación<sup>71</sup>:

“Como ustedes saben, en asocio con todos los actores interesados, en particular con el Comité para la Promoción y el Avance de las Cooperativas

---

<sup>70</sup> [www.gloobal.net](http://www.gloobal.net)

<sup>71</sup> Naciones Unidas. Declaraciones del Secretario General Adjunto. 2005

(COPAC), en las Naciones Unidas se está trabajando para promover el crecimiento del cooperativismo como un mecanismo efectivo para lograr un proceso de desarrollo socio-económico participativo. Nuestro objetivo fundamental es lograr un ambiente propicio para el desarrollo del sector cooperativo, que permita que esta forma de Economía Solidaria llegue a mayores sectores de menores ingresos y contribuya al éxito de las estrategias de lucha contra la pobreza. El éxito en esta tarea va a requerir de fuertes asociaciones de cooperativas, tanto a nivel nacional como regional y global, así como de sólidas instituciones gubernamentales para la promoción del cooperativismo”.

Las principales Organizaciones de Desarrollo están tomando acciones para que los efectos del crecimiento económico sean menos discriminatorios en la distribución de sus beneficios.

Todas las organizaciones de importancia mundial están replanteando sus actuaciones, puesto que son corresponsables de lo que sucede en el mundo. Persistir con las mismas directrices les ha valido cuestionamientos que en algunos casos plantean el repudio e incluso su desaparición.

Una toma profunda de conciencia es motivo de discusión para asignarse las tareas de cada una de ellas como son el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio y, las organizaciones de las Naciones Unidas como la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) , Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO), Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Se espera de estos organismos un empoderamiento de los principios y valores de equidad, solidaridad, respeto y todos los demás de la Economía Solidaria.

Los programas de lucha contra la pobreza, sin embargo continúan basados bajo premisas del indispensable benefactor, que en este caso son estos mismos organismos internacionales o inversionistas privados altruistas o no, sin aceptar que se demanda el aprovechamiento de las propias capacidades de los actores, como queda demostrado a lo largo de este texto.

La frase del Director de la Organización del Comercio Mundial, (OMC) es decidora de los cambios de posición frente a sectores de esta economía “yo como plátanos del comercio justo en casa, pero no lo revelen por que tengo que ser neutral”. Esto con relación a la conocida posición de la OMC, de privilegiar la protección a los países desarrollados, de la competencia, especialmente de las materias primas y productos primarios agropecuarios provenientes de los países en desarrollo.

En todos los ámbitos se reconocen y se valoran las contribuciones de las actividades de la Economía Solidaria, y en poco tiempo se convertirá en la alternativa más real y efectiva en dar respuesta a los problemas insolubles que enfrenta la humanidad.

Debido a la alta conflictividad presentada en los procesos de integración económica en América Latina, se trazan nuevas alternativas que partan, sobre todo, desde las capas más desposeídas de la economía, revertir el fallido top down, (de arriba hacia abajo), por el down top, (de abajo hacia arriba).

Autores como Prahalad, se pronuncian en organizar la economía mundial tomando en cuenta a lo que él denomina la Base de la Pirámide, es decir concediéndoles voz y voto a 4.000 millones de personas pobres con ingresos menores a US \$2.000 anuales, convirtiéndoles en productores y consumidores de elevado reconocimiento.<sup>72</sup> Aunque sus recomendaciones quieren que se escuchen con mayor vigor en los círculos de las transnacionales.

- **Las redes mundiales y regionales de la Economía Solidaria.**

Como un enjambre, las redes mundiales a favor del modelo alternativo trabajan a todo vapor, con un sinnúmero de actividades que se organizan en forma sostenida.

## **RIPES**

La constitución de la Red Intercontinental para la Promoción de la Economía de Solidaridad/Social, RIPESS y sus congresos han sido puntales para difundir las características de modelo económico alternativo.

Estos han crecido por la denodada participación de líderes del desarrollo comunitario y académicos que organizaron el Primero de esta Economía en Lima, Perú, esperando de 40 a 50 personas en 1997. Pero llegaron 200 representantes de 21 países.

Después, el 2º Congreso se realizó en la Ciudad de Quebec en el año 2001, con casi el doble del número de participantes y países.

El Tercer Congreso de Dakar, Senegal de la Economía Solidaria, convocó a 1.200 delegados de 46 países de América Latina, el Caribe, Europa, Asia, y América del Norte. Fue un evento muy numeroso que reunió el doble de asistentes esperados. Las personas intercambiaron las experiencias sobre

---

<sup>72</sup> Prahalad C. K y S. L. Hart (2002). "The fortune at the bottom of the pyramid" strategy + Business. Universia Business Review.

una visión para construir una organización que de verdad enlace verticalmente al Norte y el Sur y también horizontalmente, a través de la solidaridad.

En 30 talleres diferentes se trataron temas que combinaron la experiencia práctica y local a los problemas estratégicos más amplios. Hubo comités para mujeres, para la juventud, para los organizadores rurales y otros.

Las mujeres y juventudes exigieron una representación mayor y el apoyo total a sus propuestas. Se exigió a los delegados del Norte a comprometer a las compañías de sus propios países en que no transfieran sus problemas al Sur y no se defina a “la Solidaridad” simplemente como una visita turística a una ciudad como por ejemplo Dakar. Más bien se otorgue el apoyo financiero total para las iniciativas de los países pobres.

Como resultado del Congreso se formó la Red Norteamericana de la Economía de Solidaridad (NANSE). El término “la economía social” o “la economía de solidaridad” casi no se utiliza en Estados Unidos de Norteamérica.

Un Cuarto Congreso con el tema específico “Existe Otra Economía, Innovaciones de la Economía Social y Solidaria” y “Globalización de la Solidaridad” se organizó en abril del año 2009 con objetivos claros de:

- Poner en practica la solidaridad
- Comprobar el sentido de funcionamiento en forma de red
- Preguntarse cómo y con qué recursos estas experiencias respetan a las personas y al entorno.
- Promocionar y experimentar a gran escala las innovaciones defendidas por la Economía Social y Solidaria, de darles valor que merecen y de iniciar nuevas formas de cooperación en el futuro.

Los nuevos resultados permiten abrir grandes cauces para la difusión y consolidación de la Economía Social y Solidaria.

Con anterioridad a este evento, en el año 2008, las redes de los cinco continentes se movilizaron para que el LUX- 09 tenga una mayor participación y brillantez que los congresos anteriores.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Las redes de los cinco continentes preparan el 4º Encuentro Internacional de RIPESS. Portal de la Economía Solidaria. 30/08/08.

En Europa se reunió el Comité de Pilotaje de la RIPESS Europea y decidió en Madrid, darle la prioridad a la organización LUX-09, nombrando a dos personalidades que se alternarán para representar esta Red.

Mientras en Asia, CSRSME Asia (Coalition of Socially Responsible SMEs in Asia) realizó el estudio “Facetas de la Economía Solidaria” en 4 países asiáticos: Malasia, Filipinas, Sri Lanka y Tailandia.

CSRSME Asia efectuó una Conferencia Regional en Economía Solidaria en Bangkok, Tailandia, en Octubre del 2008, en cooperación con ADFIAP (Association of Development Financing Institutions in Asia and the Pacific), Action Aid International y Oikocredit Southeast Asia.

El 15 de marzo, en Norte América, los representantes de GESQ (Groupe d'Economie Solidaire du Québec) y CCEDNET (Canadian Community Economic Development Network) se reunieron en Nueva York con los representantes de United States Solidarity Economy Network (US-SEN). Se resolvió en este encuentro cambiar el nombre de la Red Norteamericana de Economía Solidaria (NANSE) a RIPESS Norteamérica (RIPESS -NA).

Con la RIPESS Latinoamérica, se efectuaron también eventos de esta naturaleza. El último en coordinación con la Comisión Organizadora en Uruguay, GRESP (Grupo Red de Economía Solidaria del Perú) se realizó el III Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo en Montevideo del 22 al 24 Octubre del 2008.<sup>74</sup>

El Grupo Red de Economía Solidaria del Perú, GRESP, finalizó el estudio “El Fomento Estatal de la Economía Solidaria en América Latina”, que enfoca los casos de Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Venezuela. Este estudio está a la disposición de los interesados desde finales de Julio 2008.

Mientras, el Foro Brasileiro de Economía Solidaria, FBES conjuntamente con la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES) de Brasil efectuaron del 11 al 13 de Julio del 2008 en Santa María, Brasil, la IV Feria de Economía Solidaria del MERCOSUR. Participaron representantes de organizaciones de diferentes países de Latinoamérica y miembros de Europa y Norteamérica del Consejo de Administración de RIPESS. A la RIPESS Latino América se integró el Consejo Nacional de Economía Solidaria del Valle del Cauca – Colombia.

Finalmente, en África, el RIPESS de ese continente, en su plan de acción, pone el énfasis en 3 objetivos:

1. Realizar una apertura con África anglófona en esta materia.

---

<sup>74</sup> El IV Encuentro será en Medellín, Colombia julio del 2010.

2. Consolidar las redes existentes y apoyar la estructuración de las redes emergentes en África francófona.
3. Facilitar los intercambios inter africanos y la participación de África a los intercambios intercontinentales.

El primer salón nacional de la Economía Social y Solidaria (ECOSS) en Casablanca del 19 al 21 de junio 2008 fue muy concurrido.

Asistieron cerca de 700 personas de las redes de Economía Solidaria provenientes de 59 países de todos los continentes al Cuarto Foro Internacional que tuvo lugar en Schifflange, Luxemburgo . La Declaración final fue la siguiente:

Cuadro N°1

Declaración de Lux 09<sup>75</sup>

A los ciudadanos y las ciudadanas del mundo, especialmente a las personas cuyas voces no son escuchadas, a la sociedad civil y movimientos políticos, miembros activos de organizaciones solidarias, miembros del gobierno y de instituciones internacionales. Nosotros, como parte del creciente movimiento global de economía solidaria, reunidos en Luxemburgo, del 22 al 25 de abril de 2009, convocados con el liderazgo del RIPESS, afirmamos que:

1. Nos encontramos en el corazón de la crisis global social y económica, resultante de cerca de 30 años de la aplicación de reglas neoliberales.
2. Este es el último capítulo de una crisis de largo recorrido que ahora constituye una cuestión de vida o muerte para el pueblo y la naturaleza.
3. La economía social y solidaria constituye una real alternativa frente al fallido modelo económico del neoliberalismo y crea un horizonte de esperanza contra el fatalismo. La economía social y solidaria es un creciente proceso colectivo de trabajo creativo. Constituye un camino ético de un desarrollo inclusivo que se traduce en verdaderas prácticas de cooperación, reciprocidad, democracia participativa, justicia económica y social, paz, pluralidad y diversidad cultural, creatividad, sustentabilidad y equidad (norte-sur, género, etnicidad, clase, edad).

**Nos comprometemos a:**

Promover y fortalecer las redes y organizaciones de economía social y solidaria.  
 Facilitar la participación de los movimientos sociales y políticos en el movimiento de economía social y solidaria.  
 Plantearnos metas concretas (por ejemplo integrar a 100 millones de personas para el año 2013 en el movimiento).  
 Participar en la co-producción de políticas públicas para permitir que la economía social y solidaria pueda jugar un rol significativo contra los impactos de la crisis Global y por la obtención de equidad para todos los ciudadanos y ciudadanas del mundo.  
 Durante el IV Simposium Globalización de la Solidaridad, los 700 participantes en los plenarios y los 19 grupos de trabajo han demostrado que **“Otra economía existe: con las innovaciones de la economía social y solidaria”**.

<sup>75</sup> www.lux09.lu

Es la Red de Investigadores Latinoamericanos de la Economía Social y Solidaria, nace de un proyecto conjunto de la Maestría en Economía Social (MAES/ICO-UNGS de Argentina), del Grupo de Investigación sobre Economía Solidaria de la Cátedra UNESCO / UNISINOS, de Río Grande do Sul (Brasil), del Colegio Mexiquense, y de la Facultad de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador).

Asimismo, con este proyecto colabora la Red para Debatir, Construir y Compartir Colectivamente otra Política Social Urbana en América Latina (URBARED) (ICO-UNGS/IISUNAM México).

Propone contribuir a dar fundamento científico y sólidas bases empíricas tanto al pensamiento estratégico como a las acciones referidas al desarrollo de formas de economía alternativa que vienen emergiendo durante la última década y media en América Latina.

Manifiestan que, aunque hay diversas versiones y formas de economía no basada en relaciones capitalistas y trabajo asalariado bautizadas como economía solidaria, economía social, economía social y solidaria, economía del trabajo, empresas sociales, asociativismo, mutualismo, redes de microemprendimientos, redes de crédito solidario, gestión participativa de los recursos públicos, y más.

Todas estas contribuciones teóricas aspiran a llenar el vacío que deja la economía dominante, superando al asistencialismo como principal vía de “alivio a la pobreza”, y reconociendo el carácter estructural de la crisis de integración social que han detonado las políticas neoliberales iniciadas en los 1970.

Esto no implica que la asistencia social a grupos y regiones no sea una respuesta compensatoria de transición para la realización de los derechos ciudadanos de todas y todos aquellos no integrados mediante los mecanismos “económicos”. El objetivo estratégico es expandir la concepción de lo económico más allá del mercado libre donde dominan y despliegan sus juegos las empresas orientadas por la acumulación privada.

Sus logros son concienciar a una gran mayoría de ciudadanos sobre la posibilidad real de construir la Otra Economía, incluso estas dos palabras se toman para el nombre de la revista que Riless está entregando a la comunidad de América y del Caribe.

---

<sup>76</sup> [www.riless.org](http://www.riless.org)

Tiene publicados varios números en su sitio web. Además en el mismo promueve todos los eventos que se realizan alrededor de este modelo alternativo.

El último esfuerzo, se refiere a la revisión que se efectuara sobre la situación país por país de los avances de la Economía Solidaria en América Latina, entre el 31 de agosto y 4 de septiembre del 2009, en Argentina.

## **Foro Social Mundial**

Nace de una alternativa a los foros económicos de los países desarrollados, con el organizado en Nairobi llegan a su séptimo encuentro.

Los resultados de los mismos son controvertidos, mientras unos aplauden otros manifiestan que deberían cerrarse, los más extremistas, otros, los más moderados, recomiendan acciones reenfocadas a las regiones, ya que a su criterio el actual enorme campo de acción limita los resultados, desalienta a las comunidades y da la sensación que se han convertido en centros de discursos grandilocuentes, pero sin que se exhiban hechos concretos.

Como ejemplo de sus propuestas se anexan las Recomendaciones del V Foro Social Mundial en recuadro N° 4, dado que el tema de fondo fue la Economía Solidaria y las acciones para vigorizarla.

El VI Foro fue en Caracas y uno de sus puntos relevantes se refirió a un mundo libre de transgénicos y agrotóxicos.

Mientras el VII Foro de Nairobi, Kenia, tuvo como eslogan: “Otro mundo es posible” Luchas populares, alternativas populares.

Para evitar la crítica de convertir el Foro Social Mundial “en poco más que un encuentro de charlatanes”, en expresión de Anyango Olo, Coordinador Nacional del Foro Social de Kenia, se consolidaron acciones conjuntas y campañas más prácticas y viables de ser cumplidas.

### **1.5 Los ejes transversales**

Varios sectores se agrupan como ejes transversales y potencian el quehacer solidario, se revisan de aquí en adelante:

- **Pueblos o Comunidades de Producción Solidaria.**

El sinnúmero de ricas experiencias de pueblos y comunidades de la Economía Solidaria se condensa en la lectura de los resúmenes ejecutivos sobre las conquistas económicas, sociales y ambientales obtenidas por

Mondragón, España, Recuadro N° 5; Sunchales, Argentina, Recuadro N° 6; Villa El Salvador, Perú, Recuadro N° 7; Salinas de Bolívar, Ecuador Recuadro N° 8.

Características similares los identifican como haber nacido y crecido a través de grupos solidarios, de localidades geográficamente abandonadas, con obstáculos en lo social, en la atención gubernamental, incluso en lo político. No acudieron a los gobiernos locales o los gobiernos centrales para iniciar el proceso solidario que los han llevado a ser referencias mundiales, tampoco esperaron que exista un marco legal, ni un marco administrativo que los auxilie en sus primeros pasos. No han requerido de regulaciones, más bien solicitan apoyos, fomentos, promoción, esas palabras están cada día en su diario quehacer. Estigmatizan a los que desearían cortarles las alas, o reducirlos a un cajón lleno de regulaciones y controles.

En España, cabe mencionar al Grupo Clade Empresarial Cooperativo creado en el año 2004 en Barcelona, con cuatro cooperativas fundadoras y dos sociedades anónimas laborales. Actualmente, son ya once sociedades que comparten un mismo modelo societario, basado en la innovación, que hace compatible la eficiencia empresarial con la dimensión social.<sup>77</sup>

- **El Cooperativismo**

La importancia del cooperativismo lo manifiesta Joseph E. Stiglitz<sup>78</sup>, premio Nobel de Economía, al reconocer que frente al fracaso de las empresas que maximizan las ganancias sin la regulación de los gobiernos, en el Oriente asiático debido a una gama amplia de acuerdos institucionales se tuvo éxito con las cooperativas.

Por ejemplo, en China, señala que las empresas municipales y locales con las cooperativas jugaron un papel protagónico. También en Estados Unidos y Europa, el rol de las cooperativas está reconocido, en especial en áreas de los recursos financieros/seguros, agricultura, vivienda.

Agrega que las Sociedades sin ánimo de lucro como las cooperativas y mutualistas, forman parte del ámbito económico de más éxito de la economía norteamericana y son tratadas con gran importancia en las Universidades ya que son fuente de innovación, vigorizando al resto de la economía. Estas organizaciones incluyen empresas claves como las del sector editorial, agrícola, educativo, la salud y una gran parte de la vivienda de Nueva York.

---

<sup>77</sup> Grup Clade. El grupo/origen.

<sup>78</sup> Stiglitz Joseph E. Del fundamentalismo de mercado hacia una economía más equilibrada... Conferencia en el 27 Congreso Internacional CIRIEC sobre Economía Pública, Social y Cooperativa, en Sevilla. Septiembre 2008.

De acuerdo a tratadistas e investigadores este movimiento se fundamenta en los llamados Principios Universales del Cooperativismo, originados en las reglas estatutarias de la “Sociedad de los Probos Pioneros de Rochdale”, nombre con que se registró la cooperativa de consumo creada en 1844, por 28 trabajadores de esa localidad, en el Condado de Lancashire (Inglaterra).

Esas reglas han evolucionado, adaptándose a los requerimientos de los nuevos tiempos y de allí que se destacan los Valores Cooperativos, los Valores Éticos, y los Principios Cooperativos que se mencionan a continuación:

### **Los Valores Cooperativos**

La “Declaración de Identidad Cooperativa” hecha por la Alianza Cooperativa Internacional, ACI, en septiembre de 1995<sup>79</sup>, expresa en su primera oración: Las cooperativas se basan en los valores de: Ayuda Mutua, Responsabilidad, Democracia, Igualdad, Equidad y Solidaridad.

### **Los Valores Éticos**

Los precursores y fundadores del Cooperativismo creyeron y practicaron una serie de virtudes denominadas valores éticos, que han sido tradicionalmente guías morales de comportamiento para los asociados en sus relaciones económicas y sociales al interior de la cooperativa.

### **Los Principios Cooperativos**

Los cuatro principios básicos son: Honestidad, Transparencia, Responsabilidad Social y Preocupación por los demás. Pero la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) declaró formalmente los siguientes Principios Cooperativos como los lineamientos por medio de los cuales las organizaciones cooperativas ponen en práctica sus valores: Asociación abierta y voluntaria; Control democrático de los asociados; Participación económica de los asociados; Autonomía e independencia; Educación, capacitación e información; Cooperación entre cooperativas; Compromiso con la comunidad.

### **Propuesta para enlazar el Cooperativismo con la Economía Solidaria<sup>80</sup>**

En la era de predominio de los aspectos económicos sobre los políticos, del consumo sobre la ciudadanía y en donde el poder de las empresas y del mercado están por encima de los gobiernos, la competencia mundial entre

---

<sup>79</sup> [www.aci.com](http://www.aci.com)

<sup>80</sup> Méndez José María. Artículo “Rebelión, Cooperativismo y Economía Solidaria: diferencias, similitudes y posible colaboración”.

empresas y la hegemonía del mercado por un pequeño grupo de corporaciones tienen repercusiones directas sobre el ritmo de trabajo de los individuos. Aparece con crudeza la exclusión social, la explotación laboral y la degradación ambiental.

Una de las reacciones ante esta preocupante situación ha sido buscar formas de una economía más humana, Méndez manifiesta que para él existe un movimiento difuso llamado “Economía Solidaria”, argumentando que esto es posiblemente por la falta de respuestas y de actualización de la “Economía Social”.

Continúa reflexionando que en situaciones similares de explotación surgió el cooperativismo en el Siglo XIX, por tanto se requiere de un esfuerzo de conocimiento mutuo y de confluencia en acciones y estrategias entre estos dos movimientos cuyo último fin es compartirlos. Para acercarse y fundirse en un mismo modelo, explica el autor primero sus diferencias y luego sus propuestas.

- **Primera diferencia para la fusión: definiciones ambiguas y escaso control**

Aunque el cooperativismo está formalmente definido y representado por la Alianza Cooperativa Internacional ACI y una maraña de organizaciones sectoriales y regionales, los valores y principios son interpretados de formas muy diferentes y escasamente controlados en su cumplimiento. La Economía Solidaria tiene problemas estructurales y todavía no hay ninguna entidad formal que la aglutine, sus valores y principios no están aceptados, ni difundidos con la amplitud deseada, el tipo de entidades que la componen es más diverso aún. En este escenario, el control es todavía imposible, manifiesta.

- **Segunda diferencia para trabajar juntas: Las dimensiones**

El cooperativismo tiene una fuerza enorme, muchas veces desconocida para los actores solidarios, mientras el radio de acción de la Economía Solidaria todavía es relativamente muy pequeño, pero, eso sí en franco ascenso.

- **Tercera diferencia: actividad económica realizada, lucro y democracia**

Las cooperativas se dedican a cualquier actividad económica, incluyendo, aunque muy raramente, fabricación de uso militar. La Economía Solidaria se autolimita a intervenir en sectores de gran impacto a la sociedad. En la mayoría de las cooperativas se plantea una actividad económica “tradicional” que proporcione empleo a sus socios/as y usar los excedentes

en promoción interna y externa. Las entidades de Economía Solidaria se crean con un fin social directamente y luego intentan automantenerse económicamente (muchas veces prestando servicios sociales al Estado).

Cuadro N° 2

Confluencia del Cooperativismo y la Economía Solidaria: Principios y Valores.

<b>PRINCIPIOS COOPERATIVOS</b>	<b>PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA</b>
ADHESIÓN VOLUNTARIA Y ABIERTA: libre adhesión y baja voluntaria	EMPLEO: favorecer, en la medida de lo posible, a personas en situación de exclusión.
GESTIÓN DEMOCRÁTICA: cada socio tiene un voto.	Los trabajadores estarán asociados a las decisiones que conciernen a su trabajo o al futuro de la empresa.
EQUIDAD EN LA GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIACIÓN: los socios contribuyen equitativamente al capital y lo gestionan de forma democrática. Interés limitado sobre el capital.	IGUALDAD: poner en marcha medidas de igualdad de oportunidades SIN ÁNIMO DE LUCRO
AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA: serán los socios los que determinen en todo momento la política a seguir	La empresa /organización se gestiona de manera autónoma con respecto a los poderes públicos o a toda tercera organización aunque ésta la financie
EDUCACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN: para proporcionar educación y formación a los socios/as	Promoción – formación de sus componentes y participantes
COLABORACIÓN ENTRE COOPERATIVAS.	COOPERACIÓN Favorecer la cooperación en lugar de competencia dentro y fuera de la organización. Transmisión de la información interna y externamente. Desarrollo de relaciones comerciales justas
SOLIDARIDAD Y COMPROMISO CON LA SOCIEDAD: desarrollo local e incidencia en el entorno del que se forma parte. Servir a los intereses de sus miembros y de la comunidad	Los productos, servicios, acciones propuestas contribuyen a mejorar la calidad de vida. Favorecer, en el ámbito local e internacional, iniciativas de economía solidaria. Compromiso con el Ambiente.

Fuente: José María Méndez. Artículo “Rebelión, Cooperativismo y Economía Solidaria: diferencias, similitudes y posible colaboración”.

Elaboración: Autor

El cooperativismo es muy democrático, casi total entre soci@s y mucho menor con sus personas contratadas. Las entidades de Economía Solidaria son muy dispares en este punto, desde las muy democráticas hasta algunas fundaciones verticales en absoluto no participativas.

Las cooperativas en su inmensa mayoría tienen ánimo de lucro, entendido como reparto ilimitado de beneficios, aunque con restricciones en la rentabilidad del capital. Las entidades de Economía Solidaria no reparten dividendos y el salario está regulado. José María Méndez establece que existen extraordinarias posibilidades de colaboración entre el Cooperativismo y la Economía Solidaria, como se observa en el cuadro anterior.

Las similitudes son comprobables, el problema está en el cumplimiento real de cada uno de los principios. Las cooperativas deben ser más “solidarias” y las entidades de Economía Solidaria más “cooperativas”. Casi nadie cumple el 100% de los principios señalados, más la aceptación de sus imperfecciones podrá reducir trabas en el acercamiento, sin que ninguna se considere más pura y solidaria. Se empezará haciendo cosas en zonas de interés común.

Para que funcione la promoción de productos y acciones solidarias: se creará un “Mercado propio” para favorecer el propio autoconsumo y luego la cooperación al desarrollo y al comercio justo. Enfrentar campañas y luchas conjuntas ante los problemas sociales, uso frecuente de recursos comunes, actividades económicas conjuntas, para competir en igualdad de condiciones con la economía “ni social ni solidaria”, establecer la auditoría social y las certificaciones de productos con componentes sociales.

### **¿Qué representan las cooperativas en el mundo?**

De acuerdo a la Alianza Cooperativa Internacional, ACI,<sup>81</sup> el Cooperativismo agrupa a 800 millones de personas en el mundo y fueron el sustento de casi 3 mil millones de personas, es decir la mitad de la población mundial, según la organización de las Naciones Unidas. Datos de 1994, luego de 15 años el cooperativismo sigue en aumento.

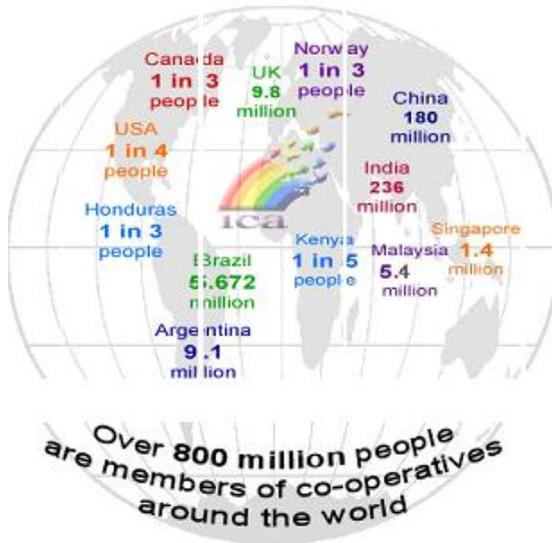
Si bien estas informaciones no son las más actualizadas, explican el peso preponderante del cooperativismo en las economías nacionales: por segmentos, por participación de mercado de mercado y por generación de trabajo. Esta importancia se anota en países seleccionados en cada uno de los tres temas señalados.

---

<sup>81</sup> [www.ica.coop](http://www.ica.coop). Entidad fundada en 1895, según los datos de su página web agrupa a 222 miembros.

## Gráfico N° 8

### El Cooperativismo Mundial



Fuente: ACI

La contribución del cooperativismo **por países** según las investigaciones de la ACI, es como sigue:

**Los segmentos grandes de la población son miembros de las cooperativas.**

En Argentina, hay encima de 17.941 sociedades cooperativas con 9.1 millones de miembros. Bélgica, tenía 29.933 sociedades cooperativas en 2001. Canadá, 1 de 3 individuos es integrante de una cooperativa (33%). El Desjardins movimiento cooperativo en Québec tiene más de 5 millones de ellos. Colombia y Costa Rica superan el 10% de sus poblaciones respectivas como socios de las cooperativas. Japón presentaba 1 de cada 3 familias como miembros de una cooperativa. Kenia 1 de 5 habitantes está registrado en una cooperativa, 5.9 millones directamente y 20 millones indirectamente derivan su sustento de esta organizaciones. India, más de 239 millones de personas son parte de las cooperativas. Malasia, se contabilizan 5.4 millones de cooperativistas. Singapur, el 32% de la

población (1.4 millones de personas) son cooperados. Estados Unidos tiene a 4 de 10 individuos como socios cooperativistas.

### **Las Cooperativas son actores económicos significativos en las economías nacionales.**

Bélgica, las farmacias cooperativas tienen una participación en el mercado del 19.5%. Benin, FECECAM, la Federación de cooperativas de ahorro y crédito proporcionaron US \$ 16 millones en préstamos rurales en el año 2002. Brasil, las cooperativas son responsables del 72% de la producción del trigo, 43% de soja, 39% de leche, 38% de algodón, 21% de café y 16% de maíz. Estas organizaciones agrícolas exportaron encima de US \$ 1.3 mil millones. Bolivia, la Cooperativa de Ahorro y Crédito " Jesús Nazareno " Ltda. (CJN) manejó el 25% de los ahorros del país en 2002. Las cooperativas de azúcar maple (azúcar de arce) canadienses generan el 35% de la producción de azúcar maple del mundo. Costa de Marfil las cooperativas invirtieron US \$ 26 millones en escuelas, caminos rurales, clínicas maternas. Colombia, son responsables de los servicios de cuidado de salud atendiendo al 25% de la población. Chipre, el movimiento cooperativo cubrió el 30% del mercado en los servicios bancarios y manejó el 35% de todo el mercadeo de productos agrícolas. Los grupos cooperativos finlandeses eran responsables de la producción del 74% de cárnicos 96% de lácteos; 50% de huevos, 34% de la silvicultura y el manejo del 34.2% de los depósitos totales en la banca finlandesa. Japón, las cooperativas agrícolas informan rendimientos de US \$ 90 mil millones y cubren al 91% de todos los granjeros japoneses. Kenia, las cooperativas son responsables del 45% del PIB y 31% de los ahorros y depósitos nacionales. Ellos manejan el 70% del mercado del café, 76% de la lechería, 90% de pelitre, y 95% de algodón. Corea, las cooperativas agrícolas tienen un número de miembros por encima de los 2 millones de granjeros (90% de todos los granjeros del país), y un rendimiento de US \$ 11 mil millones. Las cooperativas de la pesquería coreana también informan una participación en el mercado del 71%. Kuwait, la Unión Kuwaití de Sociedades Cooperativas del Consumidor manejó el 80% del comercio al por menor nacional. Letonia, la Unión Cooperativa Central Letonia participa con el 12.3% del mercado en el sector de industria de comida. Moldavia, la Unión Central de Cooperativas del Consumidor es responsable del 6.8% del mercado del consumidor. Noruega, las cooperativas de la lechería monopolizan con el 99% de la producción interna; las cooperativas del consumidor sostuvieron el 25% del mercado; las cooperativas de las pesquerías eran responsables del 8.7% de las exportaciones noruegas totales; las cooperativas de la silvicultura eran generadoras del 76% de la madera y que 1.5 millones de personas, de los 4.5 millones son activos de las cooperativas. Polonia, las cooperativas de la lechería concentran el 75% de la producción. Singapur, las cooperativas del consumidor sostienen el 55% del mercado en los supermercados de compra y tienen una producción de US \$ 700 millones.

Eslovenia, las cooperativas agrícolas administran el 72% de la producción de leche, 79% de ganado; 45% de trigo y 77% de producción de la patata. Reino Unido, la agencia de viaje independiente más grande es una cooperativa. Uruguay, las cooperativas producen el 90% de la producción de leche total, 340% de miel y 30% de trigo y se exportan el 60% de la producción de las cooperativas a más de 40 países. Vietnam, las cooperativas contribuyen con el 8.6% del Producto Interno Bruto. Estados Unidos, más de 30 cooperativas tiene réditos anuales sobre US \$ 1.000 millones. En el 2003 las 100 cooperativas norteamericanas más grandes habían combinado réditos de US \$ 117 mil millones. Aproximadamente comercializan 30% de los productos de granjeros a través de 3.400 cooperativas.

### **Las cooperativas proporcionan empleo en un 20% superior a los puestos de trabajo creados por las empresas multinacionales.**

Canadá, las cooperativas en general y las de ahorro y crédito emplean a más de 160.000 personas. El movimiento Desjardins (cooperativas de ahorro y crédito) es el más grande en la provincia de Québec. Colombia, Saludcoop (cooperativa de salud), miembro de Alianza Internacional de Cooperativas, fue la 23 empresa más importante en Colombia en 2002 y la segunda en generación de empleo. Eslovaquia, la Unión de Cooperativas representa más 700 cooperativas que emplean a casi 75.000 personas. Francia, 21.000 cooperativas proporcionan trabajo a 700.000 personas. Kenia, 250.000 personas son empleadas por las cooperativas.

### **El aporte del Cooperativismo**

Mientras en el modelo capitalista, la preocupación es que sobra gente, las evidencias del cooperativismo permiten salidas para emplear y generar una vida digna a las personas. La fuerza que ha cobrado el cooperativismo a lo largo de su larga existencia, es una motivación a la nueva relación económica del trabajo como poder y al capital como subordinado. Su forma de sortear las crisis son muestras de una dimensión diferente a las empresas capitalistas.

La empresa capitalista, en la cual el hombre es secundario, remedia las pérdidas y recobra las ganancias, con recortes de personal, no importa la situación particular del despedido. Son prioridades la salud financiera y la empresa como tal, no les preocupa generar nuevos puestos. Má bien se acude a la tecnología para no agregar nuevas contrataciones de mano de obra y reducir costos.

Por el lado de las cooperativas, el comportamiento es diametralmente diferente, primero está preservar el empleo, si la actividad productiva se contrae, se recurre a reducir la jornada laboral, pero sin afectar el salario

nominal, estas jornadas no laboradas se recuperan luego cuando los niveles de la producción se normalizan, pero si continúa la recesión productiva se recortan los salarios de todo el personal, pero no se despide a la gente, se aplica la intercooperación entre cooperativas mediante la colocación del personal de exceso de una cooperativa en otra que está en capacidad de absorber. En fin, se acuden a formas imaginativas, pero se defiende al hombre y no al capital.

- **Las Mutuales**

Considerando al Mutualismo como parte de la teoría que la sitúa entre un punto intermedio entre el individualismo y el colectivismo, se afirma que es un sistema que se basa en las tendencias asociativas de los seres humanos para satisfacer sus necesidades a través de la cooperación voluntaria y pacífica, la ayuda mutua y la solidaridad en un modelo donde los productores intercambian libremente los productos de sus propios trabajos.

La mutualidad no establece diferencias de credos, razas o ideologías. En una sociedad mutual que persigue ser un verdadero modelo de democracia, rige el principio de igualdad.

Su visión última es una sociedad en la que la economía esté organizada en torno al mercado libre entre productores, y la producción sea responsabilidad de artesanos y campesinos autónomos, pequeñas cooperativas de productores, empresas grandes controladas por los trabajadores y cooperativas de consumidores. El salario natural del trabajador en este movimiento, como Benjamin Tucker dijo, será su producto completo.<sup>82</sup>

Estas asociaciones mutuales, por tanto, son organizaciones<sup>83</sup> “sin fines de lucro constituidas por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual, mediante una contribución periódica”. Son agrupaciones abiertas o cerradas, no son sociedades económicas, porque no persiguen obtener ni repartir lucro, sino simplemente prestar un servicio, desarrollando para ello, en forma permanente, actos de interés social, son libres ya que su organización depende de la voluntad de sus integrantes y se desenvuelven en forma democrática de manera que sus asociados, tienen el derecho a participar en la dirección y conducción de las mismas; como también en el control de las actividades y servicios que se prestan.

Persiguen objetivos sociales y objetivos económicos, que permiten la existencia y crecimiento de las mismas, simultáneamente. Representan la

---

<sup>82</sup> Carson Kevin Wikipedia, Mutualismo (economía). Mutuales.

<sup>83</sup> Ley N°20.321, Orgánica de Mutualidades, art. 2. de la República Argentina.

forma más auténtica de unidad de un grupo de personas interesadas en practicar, en toda su extensión y profundidad, la solidaridad y el principio del más elevado servicio.

Los valores del Mutualismo comprenden la adhesión voluntaria, la organización democrática, la independencia de los poderes establecidos públicos y privados, la no discriminación, la contribución económica acorde a los servicios brindados, la capitalización social de los excedentes, la educación social y mutual, y la integración para el desarrollo. En síntesis, los valores que rigen el sistema mutual responden en esencia a la idea ética del bien común.

Se han desarrollado en todo el mundo estas asociaciones mutuales. En Europa más de cien millones de personas pertenecen a alguna organización mutual y hay un 64% más de beneficiarios, debido a que muchos de los servicios se extienden a los familiares de los socios directos.

La Asociación Internacional de la Mutualidad de ese continente, agrupa a 45 federaciones nacionales del sector de los seguros de enfermedad que prestan servicios de asistencia sanitaria complementaria a más de 155 millones de personas de 32 países.

De otro lado, está la Alianza del Mutualismo de América integrada por siete organizaciones, representativas compuesta por aproximadamente 15 millones de socios mutuales.

También se apunta a la Organización de Entidades Mutuales de las Américas (ODEMA), constituida por más de 55 entidades pertenecientes a 17 países de América del Norte, Centro, Sur y el Caribe, siendo su objetivo principal la integración regional de las entidades mutuales que la componen, o crearlas donde no existan, con el fin de asistirse recíprocamente. La ODEMA cubrió la ausencia de representatividad de la mutualidad en los foros mundiales de la Economía Social y Solidaria.

- **El mundo de las microempresas**

El impacto socioeconómico de las empresas micro, pequeñas e incluso medianas, las mipymes, es demasiado grande en las economías nacionales, por esta razón en la actualidad se las trata con especial preferencia, en contraste con los aplausos y reverencias que solamente se otorgaban a las organizaciones gigantescas.

Como resultado más evidente está la generación de empleo, lo cual contribuye a desactivar las bombas sociales por la carencia de ingresos de las familias pobres. En estas empresas la inversión por persona es muy reducida frente a los ingentes recursos que las grandes invierten.

Cálculos realizados establecen que en los países pobres, en promedio, se crean puestos de trabajos con US \$ 5.000, en tanto que en las grandes destinan US \$ 1 millón por un nuevo trabajador fácilmente. **Pero, la consecuencia es que la generación de un puesto de trabajo en las grandes superficies comerciales termina con 7 puestos del pequeño comercio.**

Los pensamientos de dos autores de diferente posición ideológica se presentan, el primero con una tendencia marcadamente social y el otro, en sustento de un nuevo capitalismo. El resultado de miles de análisis proactivos ha sido una atención privilegiada para la microempresa y sus hermanas las pequeñas y medianas. También se insertan las principales tareas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para impulsar a este sector.

### **Lo pequeño es hermoso**

Un libro muy fascinante corresponde a E. F. Schumacher aparecido en la primera parte de la década de los años setenta del Siglo XX con el nombre de “Lo pequeño es hermoso”.<sup>84</sup>

Es una apología a que no todo lo grande es exitoso, puesto que la teoría convencional económica plantea a las empresas la conquista de mayores mercados, la implantación interna de economías de escala, Schumacher explica que mientras se idolatra el gran tamaño, la gente tiene añoranza y ansiedad de beneficiarse por la conveniencia, humanidad y comodidad de lo pequeño.

El autor plantea una variedad de cuestionamientos al modelo de producción centrado en la sobreexplotación de los recursos naturales como el petróleo a fin de conseguir el ansiado mejoramiento del nivel de bienestar. Pero este bienestar para ser considerado como tal, debe ser medido bajo parámetros de consumo que agraden al equilibrio mundial en el campo ecológico. Critica el rasero que afirma que la producción en grandes volúmenes es uno de los indicadores que determinan que un país esté en crecimiento económico. Estas economías buscan la maximización del consumo y no la selectividad del mismo. Reclama que el modelo no debe ser “masiva producción sino producción para las masas”.

Recuerda que el capitalismo apunta a transnacionalizar la producción, por tanto a los dueños del capital muy poco les interesa incorporar formas alternativas de producir y de consumir. Mas bien este sistema ha lanzado irresponsablemente al mercado productos para enterrarlos por 25.000 años,

---

<sup>84</sup> Schumacher E. F. Lo Pequeño es hermoso. Biblioteca de Economía N°3 .Ediciones Orbis S.A. 1983.

en ese inconmensurable lapso dejarán de ser dañinos a la humanidad, los desechos radioactivos son el ejemplo de esta irracionalidad.

En contraste a este capitalismo, Schumacher establece el concepto de **meta-economía** como una ciencia que busca integrar los conceptos de hombre y de ambiente, para evitar el colapso terrestre y de la humanidad.

Aboga por la humanización del trabajo, y la obligatoriedad de que los recursos no renovables constituyan capital natural, para que al concluir su explotación no signifique una desinversión para la economía nacional. Ninguna empresa se come su propio capital. Pero los ricos del mundo piden que para saciar sus modos de vida se les proporcione cada vez más los recursos renovables a bajo precios y para ensuciar al mundo.

Se advierte que si Estados Unidos tiene gripe, el mundo en desarrollo tendrá fiebre. ¿Qué pasará si Estados Unidos tiene fiebre? Hay que cuidar, por lo tanto a los Estados Unidos, hay que mimarlo, que nadie lo debe interferir en su proceso de producción. Quiere más petróleo, quiere más materias primas, pues a producir con entusiasmo, pese a que los términos del intercambio se deterioren, pese a que se acentúe la inequitativa distribución del ingreso, pese a que se degrade el ecosistema, pese a que las enfermedades minen a las poblaciones de los países productores.

Así ellos, los capitalistas, dicen lo sucio es hermoso, los grandes botaderos de productos químicos, la basura mundial por el consumismo exagerado y utilizando productos nocivos es la norma. No es necesario dar cumplimiento al convenio de Kyoto.

Cuando lo pequeño sea hermoso se volverá al ansiado nivel de sabiduría de los antepasados, mientras tanto, se estará en el tobogán de los cambios climáticos, de los desastres naturales, de los problemas civiles. No será que la humanidad esta como las ratas de laboratorio, camino a su propia autodestrucción, sin atreverse a implantar cambios radicales.

Schumacher visibiliza sobre el conflicto que suele presentarse con gran frecuencia, sobre si lograr riquezas se contraponen con los preceptos de la religión. Manifiesta que en Birmania por ejemplo, no se ve ninguna contradicción entre valores religiosos y el progreso económico. La salud espiritual y el bienestar material no son enemigos sino aliados naturales.

Todo esto para arribar a la pregunta central ¿Cuál es el significado de democracia, libertad, dignidad humana, nivel de vida, realización personal, plena satisfacción? ¿Este es un asunto de mercancías o de gente?.

Responde de gente, por supuesto, pero recalca ser realmente gente en grupos pequeños. Por lo tanto, se debe aprender a pensar en términos de

una estructura articulada que de cabida a una variada multiplicidad de unidades de pequeña escala.

Actualmente, para enfrentar la crisis del 2007, se vuelve a recetar a las empresas acosejándolas incursionen en procesos de fusiones, absorciones, adquisiciones, liquidar toda forma de competencia, las compañías al ser más grandes, dicen los economistas, su estructura de costos será menor. Pero los sociólogos y psicólogos, hace más de cuatro décadas, se lee en el texto señalado, ya advertían del peligro de la deshumanización que acarrea las mentadas eficacia y productividad.

Como la economía convencional se fija únicamente en indicadores como el ingreso nacional, ingreso por habitante, movilidad de la mano de obra, acumulación del capital, flujos comerciales, y más, Schumacher concluye que la realidad humana por esa miopía es: pobreza, frustración, alienación, desesperación, desmoralización, delincuencia, escapismo, tensión, aglomeración, deformidad y muerte espiritual y, recomienda dejar de lado este tipo de economía y empezar de nuevo con otro modelo alternativo.

### **Desde la denuncia de El Otro Sendero hasta nuestros días**

El autor de este libro muy conocido es el peruano Hernando de Soto, dirigente máximo del Instituto de la Libertad y Democracia ILD. Planteó dos graves problemas la falta de seguridad para el desarrollo empresarial y sus trabas y, segundo la falta de democracia.

Encontró que eran esos los problemas por los cuales el capitalismo si funciona en el Norte y es un fracaso total en el Sur. Entre otros hallazgos de las trabas estableció que constituir una empresa en su país le llevaba alrededor de 300 días sorteando una cantidad de requisitos burocráticos que desanimaban el apareamiento de las organizaciones formales. Con su lucha consiguió que esos trámites se los realicen en un día. Logró formalizar 276.000 empresas, que antes eran informales y se crearon 500.000 puestos de trabajo en su país.

Muchos microempresarios no poseen unos u otros factores de la producción, no tienen locales para su funcionamiento, no son propietarios de la tierra cultivable, ni de maquinarias o equipos y se obligan al arrendamiento de los mismos, no tienen dinero en efectivo y deben acudir a los organismos financieros, y más eso limita la inversión y la creación de empresas, en especial de las más pequeñas. Con una ampliación de unidades productivas en miles de propietarios se busca evitar la concentración de la propiedad, de la producción y del ingreso, características propias negativas de la estructura capitalista.

Se trae a colación estas consecuencias, porque los eternos defensores del capitalismo son los mismos que con su actuación lo han socavado, puesto que al obstaculizar la creación de estas pequeñas unidades, se posibilitaba la continua concentración de la producción y el ingreso en las grandes empresas, con los funestos resultados socioeconómicos que exhiben las sociedades del Tercer Mundo.

## **El BID y la microempresa en América Latina**

En junio del 2004 el Banco Interamericano de Desarrollo realizó un seminario celebrando 25 años de apoyo al desarrollo de la microempresa en América Latina y el Caribe, sector que, de acuerdo a esta Organización, desempeña un papel decisivo para estimular el desarrollo económico, consolidar al sector privado y reducir la pobreza en la región.

Durante los últimos 25 años, la microempresa se ha desarrollado en América Latina y el Banco la apoyó y aprendió formas mejores para ayudar a un sector que provee la mitad de posibilidades de trabajo en la región, dijo el entonces el Presidente del Banco en su discurso de apertura.

“Es una inversión en la esperanza”, sostuvo. “Es un programa inspirado en la justicia, no en la caridad, que abre oportunidades a muchas personas. El BID ha asistido a más de 500 organizaciones privadas de desarrollo y ha ayudado a financiar 570 proyectos por un total de alrededor de 318 millones de dólares. Los retos futuros son múltiples, pero debemos apoyar y recordar los esfuerzos de más de 500.000 familias de pequeños empresarios urbanos y rurales que se han beneficiado de nuestros programas y del efecto multiplicador que esto ha representado en sus comunidades”, agregó. Debemos reproducir su modelo con diversas estrategias, especialmente con capital semilla que genera capital social. Esta es la mejor inversión”.<sup>85</sup>

El potencial para fomentar el espíritu microemprendedor es significativo. Aproximadamente 200 millones de habitantes en la región viven en la pobreza, muchos de ellos trabajadores independientes o informales. Existen más de 58 millones de microempresarios en América Latina que proporcionan trabajo a más de 110 millones de personas. El impacto de la microempresa varía de país a país. En Argentina, por ejemplo, representa un tercio de la mano de obra y en Perú casi el 80 por ciento.

Indican estudios del BID que las microempresas representan en promedio aproximadamente 20 por ciento del Producto Interno Bruto de la región y que las micros y pequeñas empresas generan cerca del 40 por ciento del

---

<sup>85</sup> www. iadb.org

Producto Interior Bruto (PIB) en Belice, Brasil, República Dominicana y México.

Durante la reunión, beneficiarios y representantes de agencias ejecutoras de los proyectos presentaron su visión y sus experiencias exitosas. Entre ellos, Elizabeth Sosa de Manos del Uruguay, primera microempresa apoyada por el BID progresó hasta contar con una tienda de artesanías y prendas tejidas en la ciudad de Nueva York.

Por tanto, el Banco se ha convertido en la principal fuente de financiamiento para el desarrollo de la microempresa en América Latina y el Caribe. Implantó, desde que inició sus labores en 1978, el Programa de Pequeños Proyectos, que se transformó en el Programa para el Empresariado Social, PES. El mismo que hasta el año 2003 invirtió más de 800 millones de dólares en más de 500 iniciativas relacionadas con la microempresa. El Banco apoyó el establecimiento de las primeras instituciones micro financieras de América Latina. El PES otorga préstamos a organizaciones sin fines de lucro, se ha centrado en cooperativas rurales y en mejorar la diversificación y comercialización de productos de microempresas rurales y urbanas, especialmente en América Central.

Con la iniciativa Oportunidad para las Mayorías del 2006, se decidió trabajar en un campo menos macro y más micro, ya que esta estrategia ataca directamente los obstáculos que impiden que grandes grupos poblacionales mejoren su calidad de vida.

Una meta es que las microempresas reciban US \$ 15.000 millones en microcréditos al año 2011, frente a los US \$ 5.000 millones de mediados de la década de los años 2000.<sup>86</sup>

- **Los Indicadores de Gestión**

Tomando como ejemplo la forma de medición de los impactos del crédito que el Banco Grameen utiliza, más otras formas de medición se desprende que existe una amplia gama de indicadores económicos y sociales disponibles para evaluar el desempeño de las actividades de la Economía Solidaria.

En efecto, se recomienda incluir: el incremento real del ingreso, ocupación estable, seguridad social, mejoras: en la nutrición, en la calidad de la ingesta alimenticia, en el consumo del vestuario, en la vivienda, en el cuidado de la salud, así como disminución de la tasa de mortalidad infantil y de la tasa de natalidad, de la morbilidad, la esperanza de vida, utilización

---

<sup>86</sup> Carvajal Edgar, Auerbach Paula, La Microempresa. Foro Interamericano de la Microempresa.BID, Ecuador. Pág. 137.

de prácticas de planificación familiar, mayor acceso a la educación para los niños, eliminación del analfabetismo, empoderamiento de la mujer, participación en actividades sociales y políticas, uso de tecnologías, mejoramiento del entorno ambiental, sea de la tierra, el agua, el ambiente, el ruido, eliminación de la inseguridad ciudadana, de la discriminación racial, política, y más.

Adecuar los indicadores de evaluación ex post permitirá a los evaluadores externos estar satisfechos con los programas, proyectos y demás actividades que realizan los actores económicos solidarios y, no únicamente se tomen en cuenta indicadores empresariales referidos a los índices financieros de utilidad, repago de deuda, repago de capital, nivel de morosidad, tasas de crecimiento del negocio, cobertura de mercado, niveles de productividad, crecimiento del PIB, intercambio comercial positivo, entre otros. El cumplimiento de alcanzar estos nuevos indicadores será responsabilidad de la comunidad.

## **1.6 La Responsabilidad Social Empresaria: nexo de unión**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es la contribución activa y voluntaria de la empresa al mejoramiento social, económico y ambiental con el objetivo de incrementar su situación competitiva y su valor añadido, debe dar un mayor cumplimiento a las leyes y a las normas establecidas para la misma, los elementos más prominentes son la legislación laboral y las normativas del medioambiente.

Este mismo concepto al tratar a otras formas más amplias de empresas como las corporaciones empresariales privadas y las corporaciones públicas, deriva en la Responsabilidad Social Corporativa, RSC, en la que se destaca el interés por la sostenibilidad, las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías, como: la democracia corporativa (las relaciones de poder al interior de la empresa)<sup>87</sup>; el espíritu de cooperación de la empresa con sus clientes, proveedores, competidores, gobiernos; los compromisos de transparencia que adquieren la empresa o el conjunto de ellas con la sociedad y que se hacen efectivos a través de la rendición de cuentas en forma, normalmente, de informes o memorias anuales verificables por organismos externos; la ciudadanía corporativa entendida como los derechos y obligaciones de la empresa dentro de la comunidad a la que pertenece.

Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia

---

<sup>87</sup> Un amplio tratado del vuelco interno obligado, a que las empresas se abocan para su supervivencia futura o su previsible desaparición, se puede revisar en el libro "Un nuevo estilo de relaciones. Para el cambio organizacional pendiente" de Koldo Saratxaga. FT Prentice Hall. 2007.

empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Pero como movimiento por la RSE se cree que apareció en los años treinta y otros establecen en los setenta. El mayor vigor del concepto y su evolución constante se concibe en los años noventa, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.<sup>88</sup>

Por tanto, la RSE se enfoca a mejorar: la calidad de vida laboral; el medio ambiente; la comunidad donde está instalada la empresa; el marketing para desarrollar una comercialización responsable; la ética empresarial. Las empresas adoptan la Responsabilidad Social no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas, los inversionistas y más, también llamados en conjunto stakeholders<sup>89</sup>, (cualquier persona o entidad que es afectada por las actividades de la organización) sino también como una actividad estratégica en la competencia comercial.

Como la empresa afecta de una o de otra manera con su accionar al entorno interno y externo de la misma, hace tiempo aparecen los stakeholders, quienes complementan o inician, si es que los propietarios o accionistas no lo hacen, procesos de respuesta de sus actividades. La empresa, por tanto, se enfrenta a una red de interesados, interlocutores o grupos que pierden, influyen o representan por su actividad productiva.

Todas las personas y grupos que perderían algo si quiebra una empresa, son los trabajadores y sus familias, los consumidores, los proveedores, las administraciones locales. Todas las personas y grupos que pueden influir en la marcha de la misma, son empleados y consumidores, medios de comunicación, ONG, agencias reguladoras, la competencia. Todos los grupos y asociaciones que representan intereses de los afectados por la operación de la empresa son grupos ecologistas, asociaciones cívicas, grupos de presión, gobiernos.

Un listado más o menos completo de los stakeholders tanto internos como externos sería: Accionistas, Asociaciones Empresariales, Industriales o profesionales, Clientes, Competidores, Comunidades donde la empresa tiene operaciones, Asociaciones vecinales, Dueños, Empleados, Gobiernos nacional, provincial y local, Inversores, ONG´ s, Proveedores de la empresa, Sindicatos, Familia y otros.

---

<sup>88</sup> Responsabilidad social corporativa.wikipedia. com.

<sup>89</sup> Francés Gómez Pedro. Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable. Cuadernos Forética. www.foretica.com.

Dado, que la empresa desempeña un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades de su radio de acción, se aprovechan las expectativas que genera la Responsabilidad Social para obtener ventajas agregadas. La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada solamente a las fundaciones y cada vez más forma parte de las empresas “el ayudar para ayudarse a si mismas” mediante una activa presencia social.

El movimiento “ética de negocios” (business ethics) y el de comercio justo se vinculan con la Responsabilidad Social.

Varios conceptos desarrollados últimamente se relacionan con la Responsabilidad Social, en este orden se tienen:

Inversión Socialmente Responsable (ISR) orientada a la decisión del inversionista, no la del empresario.

En tanto que, Innovación Socialmente Responsable es la convergencia de fines filantrópicos con necesidades de desarrollo de nuevas tecnologías y productos, para ello, las donaciones de la empresa sirven también como tests o pruebas de productos de bajo costo.

El Consumo Socialmente Responsable (CSR) aparece como una perspectiva individual de las personas consumidoras, en la medida que introducen entre sus criterios de decisión de compra basado en lo ético, social, apoyo laboral, ecológico y solidario. El problema para su efectivo desarrollo estriba en la falta de información y transparencia de las mismas empresas. A menudo se simplifica a criterios de exclusión, es decir, dejar de comprar productos y servicios de compañías cuyas conductas poco responsables han sido comprobadas fehacientemente.

Por último, se ha construido el concepto de Territorios Socialmente Responsables (TSR) vinculados con programas, en general que impulsan las administraciones públicas locales, a fin de desarrollar proyectos de cooperación entre el sector público, el empresarial y el tercer sector ONGs.

Aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo, hay una sutil diferencia en el significado de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiendo que ésta última une a todas las organizaciones, empresariales o no e independiente de su tamaño.

Se entiende la responsabilidad social como el compromiso que tienen los y las ciudadanas, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones

sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

Ha trascendido los círculos expertos más reducidos para instalarse en el debate público, como consecuencia del papel que desempeñan y del impacto que suponen.

Un dilema se plantea: las empresas multinacionales son tan poderosas que es peligroso que se inmiscuyan en cuestiones sociales y políticos, pero también será preocupante, que solamente se dediquen a maximizar sus ganancias y den la espalda a estos dos temas.

La consecuencia se advierte, si las transnacionales participan en tareas sociales y políticas y les deriva en incremento de sus ganancias, lo harán sin ningún miramiento. Ciertos organismos de carácter internacional como Pacto Mundial, Global Compact de Naciones Unidas, Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global, Global Reporting Initiative, la OCDE con sus líneas directrices en materia de RSC, han asumido el papel de delimitar en lo posible el concepto teórico, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino.

El Libro Verde de la Comisión Europea, "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" del año 2001, es referente obligado para la aplicación de la Responsabilidad Social ya que se refiere a las dimensiones internas y externas de la empresas.<sup>90</sup>

En Brasil, en el año 2003, se contempló un proyecto de Ley de Responsabilidad Social Empresaria, de igual manera en el Reino Unido considera convertirla en Ley. Estas iniciativas aparecen como revolucionarias, sin embargo, se recuerda que la RSE o RSC es resultado voluntario de un avance social mayor al que se establece como normativa a las empresas, lo que hará la ley será ampliar el ámbito de las reglas de cumplimiento y desaparecerá la iniciativa social empresarial facultativa.

La norma oficial que guía a las empresas en la aplicación de la RSE es la SA 8000 (Social Accountability Standard 8000). También se dispone como referente a la ISO 26000 sobre Responsabilidad Social.

De una investigación en 108 países de la ONG Accountability, las empresas de mayor grado de desarrollo en Responsabilidad Social Empresarial, pertenecían a Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda.

---

<sup>90</sup> europa.eu.documentos oficiales.

Sectores críticos de las corrientes que promueven esta Responsabilidad, consideran que no es más que una forma de publicidad empresarial. Destacan la paradoja de empresas nocivas para la salud o para el ambiente que pretenden mejorar su reputación mediante un discurso retórico y mencionan a empresas fabricantes de cigarrillos que compran el tabaco a campesinos pobres, o financian actividades deportivas para contrarrestar los efectos nocivos como el cáncer de pulmón.

Otros cuestionamientos más profundos se dirigen a cómo la empresa capitalista utiliza un concepto denominado “gestión del riesgo social” o del conflicto social, a fin de aplacar la ebullición y generar mecanismos sistémicos de contención social sin necesidad de alterar las relaciones sociales establecidas que se han derivado de los procesos de acumulación y concentración de capital a gran escala, fruto de la Globalización del capital cuya máxima expresión se dio en los años 1990, que amplió aún más la brecha entre ricos y pobres. Este incremento de la pobreza ha generado exclusión y enfrentamientos sociales en ascenso y se utilizaría a la RSC para “gestionar a favor de las empresas” dichos conflictos.

Ha merecido rechazo un objetivo de la RSC, de apoyar a la tendencia de liberalización y mercantilización de la economía, lo que profundizaría globalizar la producción y circulación de mercancías para satisfacer las necesidades del capital, pugnando por el “acceso a mercados” mediante la apertura de mercados nacionales y la “facilitación del comercio solo para las más grandes”, en consonancia con directivas de organismos como la Organización Mundial del Comercio, OMC.

Se considera que la RSC puede generar el paulatino abandono por parte de las empresas transnacionales del “tripartidismo” que permite la participación de los sectores empresarios, de los trabajadores y del Estado para el dictado de resoluciones vinculantes, en especial la crítica apunta a la gestión de la Organización Internacional del Trabajo, OIT.

Estas divergencias se las remarca a fin de situar la verdadera diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial de la llamada filantropía empresarial, y evitar confusiones en el entendido que el vínculo previsto entre la Economía Privada, la Economía Pública y la Economía Solidaria debería ser la RSE, aplicada en forma transparente.

De acuerdo a la Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES) de Madrid, una empresa de la Economía Social<sup>91</sup> comprende cualquier forma empresarial que integre a todas las novedades organizativas y sus correspondientes figuras jurídicas, surgidos como respuesta a las diversas necesidades que plantea la cohesión social, e

---

<sup>91</sup> . CEPES. Qué es una Empresa de Economía Social. Concepto y características, Madrid

integra los valores de: Primacía de las personas y del Objeto social sobre el capital; Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática; Conjunción de los intereses miembros usuarios y del interés general; Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad entre sus miembros; Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos; Aplicación de la mayor parte de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del interés general, de los servicios a los miembros y el desarrollo sostenible.

Se concluye remarcando, que la RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano. Su responsabilidad es primordialmente económica y comprende, desde luego, el cumplimiento de las obligaciones legales.

Pero, también requiere gestionar aspectos que las leyes no pueden determinar en todos sus detalles y todas sus implicaciones: aspectos como las condiciones que permiten el desarrollo personal en el trabajo, el respeto a los consumidores como clientes y como ciudadanos con derechos, la conciliación de trabajo y vida personal, el trato imparcial a las personas en el medio laboral y profesional, el impacto de la actividad industrial en el entorno social y natural, las expectativas ciudadanas sobre la contribución de las empresas a los objetivos sociales, en temas como seguridad, salud, educación, integración, y más, la Investigación y Desarrollo, la reputación corporativa, la transparencia informativa, la promoción y mantenimiento de la confianza de los inversores.

Para facilitar y generalizar el concepto, la RSE se preocupa de:

1. La alta dirección y su relación con los accionistas.
2. La situación de empleados y trabajadores.
3. Las vinculaciones con proveedores, contratistas y sub-contratistas.
4. Las relaciones con clientes y consumidores.
5. La condiciones de la competencia y de los mercados.
6. La relación con administraciones públicas y el cumplimiento normativo.
7. El estado del entorno social cercano como: el vecindario al negocio.
8. La condición del entorno medioambiental.

9. El clima del entorno social amplio y de las organizaciones que representan intereses afectados.

10. El vínculo con los medios de comunicación social.

Una empresa socialmente responsable al cumplir esta nueva orientación cultivará lo siguiente:<sup>92</sup>

La Transparencia que es la divulgación de informaciones, decisiones e intenciones en términos claros y accesibles para todos los públicos relacionados con la empresa.

El establecimiento de compromisos públicos sean éstos relativos a su público interno, o bien al futuro, al mantenimiento de los recursos naturales, a la promoción de la diversidad.

Interacción con instituciones que representan intereses variados a partir de la creación de ámbitos de contacto y diálogo con organizaciones especialistas, procurando que las mismas colaboren con la empresa en el tratamiento y resolución de sus dilemas.

Capacidad de atraer y mantener talentos, definida como la inversión de esfuerzos tendientes a que la empresa sea la alternativa a los intereses de los ciudadanos, particularmente en sus aspiraciones profesionales.

Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores, se involucra a todos los colaboradores internos y a los proveedores con esta gestión, demostrando coherencia en la suscripción y cumplimiento de sus compromisos.

Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto, demostrando disposición para la investigación y el diálogo, desarrollando procesos que prevengan situaciones de riesgo, profundizando el contacto con redes de organizaciones y formadores de opinión y reflejando transparencia en estas acciones y relaciones.

Establecimiento de metas a corto y a largo plazo para incorporar de manera efectiva los diferentes aspectos de responsabilidad social con todas las 10 características señaladas.

Compromiso de la dirección de la empresa comprobando claramente el entendimiento estratégico con respecto a las cuestiones de responsabilidad social.

---

<sup>92</sup> CEDICE. Conceptos básicos de RSE. Manual de apoyo para los periodistas. Instituto Ethos.O Rede Ethos de Jornalistas. Forum Empresa.

La RSE ya es tratada a nivel de América Latina, en la relación de los gobiernos y las empresas dada la trascendencia creciente que toma cuerpo desde la visión de la administración pública hacia la contribución del sector privado, así en un foro especial se revisaron estas vinculaciones en cuatro países: Chile, Argentina, Brasil y Costa Rica.

### **1.7 La cuantificación de la Economía Solidaria.**

Una metodología sobre estadísticas oficiales, rigurosas, creíbles, comparables y regulares, para medir a la Economía Social y que es compartida por los 27 países miembros de la Unión Europea, es el Manual de Cuentas Satélite de las Empresas de Economía Social.<sup>93</sup>

El documento permite conocer a nivel europeo datos como el valor de la producción de los bienes y servicios de las empresas de economía social, la distribución de su valor añadido, la remuneración de los asalariados, la capacidad y necesidad de financiación de estas empresas o su capacidad de ahorro, el empleo en las empresas de economía social y su peso en cada sector de actividad.

Del mismo modo, se refiere a tres tipos de entidades de la economía social: los grupos empresariales de la economía social, con sus diferentes formas jurídicas; un amplio grupo de entidades distintas a las cooperativas y mutuas, pero con importante arraigo en algunos países miembros, como las empresas sociales, las sociedades laborales (en clara referencia al caso español), las sociedades de ahorro y crédito y las cajas de ahorro en algunos países; y las instituciones sin fines de lucro al servicio de las empresas de economía social, instituciones que se financian a través de cuotas. No se consideraron en el ámbito del Manual a los otros dos grandes grupos de agentes de la economía social, constituidos por las asociaciones y las fundaciones.

Todas estas organizaciones responden a los criterios de Economía Social que inspiran el Manual, es decir, conforman un conjunto de entidades privadas, creadas para satisfacer las necesidades de sus socios, organizadas democráticamente, con libertad de adhesión e independencia, y productoras de bienes y servicios que compiten en los mercados.

El Manual permitirá conocer con total fiabilidad, para cada país de la Unión Europea y para la Unión en su conjunto, el peso de las empresas de economía social en cada rama de actividad. La metodología parte del análisis de los balances, las cuentas de pérdidas y ganancias o cuadros de financiación de las distintas empresas. Con ello se dimensionará la contribución real de la Economía Social Europea.

---

<sup>93</sup> Barea José y Monzón José Luis. Manual de Cuentas Satélite de las Empresas de Economía Social [www.consumidores.coop](http://www.consumidores.coop)

La valoración de los profesores españoles está plenamente aceptada, aunque no está exento de las dificultades para su aplicación, dada la variada tipología de empresas de Economía Social, en cuanto a formas organizacionales, tamaño, o particularidades de cada Estado miembro.

Cada país procederá elaborar un catálogo exhaustivo de las diferentes clases de empresas que forman parte de la Economía Social, así como crear registros estadísticos de dichas empresas. Esta tarea es muy amplia, solamente en España se debe levantar información para las 51.500 cooperativas y sociedades laborales existentes, que contribuyen con 2 millones quinientos mil puestos de trabajo.<sup>94</sup>

Esfuerzos nacionales e internacionales no se han difundido o no se los ha conocido sobre una medición de la real contribución cuantitativa de la Economía Solidaria en los países de América del Sur o de otras áreas del Hemisferio Sur. Ni de una metodología de cálculo.

### **1.8 El futuro de la Economía Solidaria, áreas macroeconómicas.**

Para la casi totalidad de interesados en la Economía Solidaria, los criterios coinciden en que su nacimiento ocurre de experiencias microeconómicas, y muy poco o casi nada desde el campo macroeconómico.

Mientras los preocupados de la sobrevivencia del modelo de Economía convencional plantean que se requiere orientar las preocupaciones a lo micro, caso contrario el futuro es muy sombrío para la misma.

De esta manera, mientras los defensores del statu quo descienden a la cotidianidad de los seres comunes, los de la Economía Solidaria están conminados al ascenso hacia los ámbitos de la globalidad nacional e internacional.

Incursionar en la macroeconomía con los principios y valores solidarios obligatoriamente afectará estructuras que se resisten a ser modificadas.

Unos pocos temas conflictivos se tocan a continuación, pero queda para la configuración detallada y profunda el rol de la moneda, los presupuestos del Estado, la carga fiscal solidaria, la seguridad social solidaria incorporando la visión aquí desarrollada, nuevas relaciones económicas internacionales<sup>95</sup>, los vínculos con los organismos mundiales de crédito, cooperación, asistencia técnica, la misma medición del desempeño económico anual de los países y más.

---

<sup>94</sup> Son los asociados a la Confederación Empresarial Española de la Economía Social, CEPES.

<sup>95</sup> El Gobierno 2009-2013 de Ecuador, plantea cambiar los TLC por Acuerdos Integrales de Desarrollo, pero la propuesta está en construcción.

## **La integración basada en los conceptos de la Economía Solidaria**

La integración se ha fundamentado en América Latina en negociaciones comerciales inacabadas y de élites empresariales y burocráticas, que han dejado de lado los intereses y aspiraciones de los grupos más relegados de la sociedad.

Entre las muchas causas que se han identificado y que han obstaculizado el avance integracionista están las varias formas de integración. Desde la Asociación de Libre Comercio para América Latina ALALC, del año 1960, se presencia una serie de agrupamientos menores, que propugnaban acelerar la integración, pero han terminado desarmándola. Actualmente, se trata de convencer si conviene construir, la Unión de Naciones del Sur UNASUR, o quizás la Alternativa Bolivariana para América Latina y El Caribe, ALBA, pero de otro lado, están los que con gusto desaparecerían a la Comunidad Andina de Naciones, CAN, o que exigen replantear el Mercado del Cono Sur MERCOSUR. La Asociación Latinoamérica de Integración, ALADI, heredera de la ALALC ha perdido también su influencia para perfeccionar la unidad regional en los campos económico, comercial, cultural, político. Mas bien los famosos Tratados de Libre Comercio aparecen como fantasmas para desunir aún más a los países de la región que no terminan de comprender que desunidos no son nadie en el contexto mundial.

Como se ha revisado a vuelo de pájaro, por propuestas sinceras o con doble sentido no faltan. Lo que está claro es que se persiste en ignorar los anhelos de los más pobres en las decisiones de la región, con esa necia actitud, muy poco se avanzará. Las nuevas ideas de integración tienen la oportunidad de trabajar en base a los postulados de la Economía Solidaria.

Soñar que América del Sur sea el granero orgánico del mundo, sea el líder del ecoturismo comunitario, organice la multinacional de la reforestación, tenga una empresa regional para ampliar la distribución del comercio justo, un megabanco ético regional, grandes vías concesionadas, el tren regional pero que la administración y pertenencia corresponda a millones de pequeños propietarios sudamericanos y no de unos cuantos inversionistas capitalistas, así mismo contar con cientos de millones de consumidores responsables en el ámbito de esta Otra Economía. Intercambiar entre los pueblos sus ricas culturas, arte, música.

Parece difícil lograrlo, ya que los intereses fácticos están enraizados desde la independencia americana, pero la confianza es que no se puede dejar a los de siempre, lo que los pequeños propietarios si están en capacidad de hacerlo. Refutar que es complicado entregar los megaproyectos a la solidaridad económica, ya que se los ha inculcado y convencido que son incapaces de administrarlos y peor financiarlos, las historias presentadas

aquí dan al traste con estos temores generados por el sistema para continuar beneficiándose.

### **Una nueva globalización en el marco de la reconfiguración luego de la crisis del 2007.**

Varios análisis coinciden que la mayor oportunidad de la crisis financiera 2007, está en recomponer la globalización.

Esta que entienden en los centros hegemónicos es la mayor interrelación de las empresas para explotar el gran mercado mundial, comprando y vendiendo bienes, pero desligándose de los compromisos sociales en los países que se localizan y en los que comercializan.

Para salir de la actual crisis más de US \$ 700 mil millones, Estados Unidos asigna de su presupuesto nacional, y los países europeos no se quedan atrás, a estos montos impresionantes se decidió repetir la entrega a bancos y transnacionales, mientras a los pequeños negocios, a las comunidades pobres y a los consumidores muy poco se los toma en cuenta.

No está en el libreto de estos responsables cimentar una economía de abajo hacia arriba. Como se anotó Villa El Salvador practicó y dio resultados, éste es un ejemplo para la nueva globalización solidaria. Tampoco se puede otorgar más y más dinero a las 500 empresas del mundo que concentran el poder mundial, sin que más de 6.000 millones de personas no sean sujetos de opinión. Los que están de acuerdo en cambiar, preguntarán de qué manera.

La respuesta apunta a generar las grandes empresas asociativas, cooperativas, comunitarias, solidarias y no solamente quedándose en las micro, o pequeñas. Mondragón, el Banco Grameen responden en este sentido afirmativamente, son organizaciones globalizadas y no han perdido sus principios y valores originales.

Para reconfirmar que no se está vendiendo ilusiones o conceptos sin fundamentos, basta recurrir al libro El malestar de la globalización de Stiglitz, y también a RIPESS, que han propuesto gestionar una Globalización diferente privilegiando a la Solidaridad como esencia de unas nuevas vinculaciones mundiales.

### **La nueva arquitectura financiera.**

En este mismo ámbito, una nueva arquitectura financiera servirá para reducir o eliminar la gran dependencia que actualmente mantienen los países pobres de los organismos financieros administrados por los países ricos.

Evitar que los endeudamientos externos no estén viciados, ni atados como en el pasado. Créditos para comprar únicamente en los países dueños del dinero, pagos de consultoría que significaban un gran porcentaje del préstamo, tasas inmanejables como las que llegaron al 20% para el pago de la deuda externa, proyectos multimillonarios que terminaban con el equilibrio ambiental.

Así, entre las nuevas propuestas está crear bancos regionales que sustituyan la influencia del Fondo Monetario Internacional, o del Banco Mundial, que exigen grandes sacrificios sociales a las economías domésticas cuando entregan créditos en época de crisis y que en la mayoría de casos derivaron en derrocamientos de gobiernos constitucionales y una ingobernabilidad permanente.

Preocuparse de los microcréditos y no únicamente de los créditos corporativos se apunta con los nuevos lineamientos más hacia la base y menos a la cúspide.

Del mismo modo la nueva arquitectura plantea la creación de monedas regionales en cada continente para facilitar y ampliar el intercambio comercial y que una moneda dominante no sea obstáculo insalvable para el desarrollo de los pueblos.

### **Supresión de la economía especulativa.**

Con esta autonomía financiera se podrá combatir la especulación mundial que justamente permitió la debacle económica de principios del Siglo XXI.

La búsqueda infinita de ganancias sin miramientos, dio paso a que empresas serias y solventes estén envueltas en cuantiosas pérdidas con mafias como la estadounidense Madoff, calificada triple A, por los máximos controladores financieros.

Nadie se rasgó las vestiduras, por tamaño estafa. Pero si los países pobres cometen errores de buena fe, como no reducir los gastos sociales, la crítica y los cuestionamientos se agigantan.

Las prácticas especulativas afectan a los mercados de los productos básicos o commodities casi siempre originarios de los países en desarrollo, a título de fluctuaciones de mercado de futuros, unos pocos se enriquecen y la gran mayoría de productores se mantiene igual o peor.

Una economía real, productiva y que pague los verdaderos esfuerzos de las producciones de la periferia es la consigna a implantar con el Comercio Justo.

## **La solidaridad en la migración.**

Por último, pero lo más reciente, es que Europa aprueba una lucha sin cuartel contra los migrantes, Italia lidera esta incomprensible actitud, la misma actitud adopta Estados de la Unión Americana. Invocan en sus políticas económicas la libertad de movimientos de los factores de la producción, pero excluyen a la mano de obra. El empleo al migrante en el marco de la Economía Solidaria es el primer objetivo y cuyo objetivo debe ser parte de la Economía Social en Europa, caso contrario no sintonizan con las de los otros continentes.

Se pregona con gran entereza que es menester la creación de las llamadas Empresas de Inclusión a fin de paliar los sufrimientos de los más débiles y perseguidos, pero en la realidad, estas unidades productivas no toman en cuenta al migrante, que es el más sobrelleva esta penosa crisis económica mundial.

### **1.9 La Economía Solidaria autónoma e independiente.**

Una delicada cuestión para los puristas de la Economía Solidaria está en responder a la pregunta de quien o de quienes depende el crecimiento de la Economía Solidaria. La relectura de estas páginas y en los innumerables análisis sobre este tema permiten concluir que la inversión, el financiamiento y el consumo son sectores en los cuales personas y organizaciones de la economía capitalista o que sus ingresos dependen de ellas contribuyen a este avance. Pero a que viene retrotraer lo ya conocido.

A que estos sectores puristas pontifican la obligatoriedad de que el modelo alternativo genere su propia dinámica y no dependa del resto de sectores no solidarios, estas posiciones extremistas son una contracorriente de las realidades presentes en el mundo.

El mismo Coordinador General de Lux 09 se pronuncia señalando que la Economía Solidaria no es una sustitución a los que detentan el poder, sino una nueva visión de la sociedad y de las relaciones sociales entre las mujeres y los hombres. Se quiere hablar en positivo: paridad hombre/mujer, igualdad norte/sur, nada de recomendaciones para que otros lo hagan, estas actitudes que siempre se presentan en los grandes eventos se los sustituye por compromisos y responsabilidades de todos. Nadie debe dar haciendo las cosas, los comprometidos con la Economía Solidaria darán cuenta de sus resultados. Concluye se necesita un cambio de paradigma en el pensamiento.<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> Lavillunière Eric, Coordinador General de Lux 09. Hacia un verdadero cambio cultural. Sitio web de RIPESS.

Caso contrario, se estará en la eterna disputa sobre quienes compran y prefijan los productos del comercio justo, quienes son los visitantes del turismo comunitario, quienes apoyan en las investigaciones para la tecnología de libre uso, quienes apuntalan con fondos para las donaciones, para la cooperación internacional, para la asistencia técnica, para las finanzas éticas. Ya se conoce, lo realizan personas de clase media y unos pocos del estrato alto de los países desarrollados, sin dejar de lado las últimas actuaciones de las transnacionales en el Comercio Justo y en la Responsabilidad Social.

Los aportantes de clase media generan sus ingresos por su trabajo realizado en empresas capitalistas. No es dable rechazar estas contribuciones por el prurito de que se originan en los grupos de elevados ingresos, y que no son participaciones de colectivos de ingresos bajos de los países del Norte. No se puede cerrar los ojos a esta dependencia con la economía capitalista, la realidad incontrastable es la interrelación de unos y acudir a la creatividad para generar riqueza propia.

Las redes de productores, comercializadores, financiadores y más, en nexo indisoluble con las redes de consumidores en cada nación y en cada región darán el giro necesario hacia una sociedad más autogestionaria, independiente y solidaria.

### **Experiencias de Comercio Justo, camino a la Liga Mayor**

A continuación diversas formas de organización solidaria del Comercio Justo en el Sur y en el Norte.

- Empresas del tipo convencional apoyan al comercio alternativo como: Agrocel en la India es una compañía privada con conciencia social, Deziign Inc. de Zimbabwe, otra empresa privada que fabrica camisetas, alfombras, mochilas y gorras, cuenta con 130 empleados que a su vez son accionistas (empresa de trabajadores). La cooperativa Comparte de Chile, miembro de IFAT, representa a 400 talleres individuales y oferta miles de productos desde juguetes hasta tambores y vino.
- Una historia de éxito es la Unión Oromia en Etiopía que se inició con 35 cooperativas de cafetaleros en 1999. En ese país de sequía y hambruna, 1,2 millones de personas son cafetaleros, y 15 millones de etiopes se ganan la vida desde el café. Los miembros de Oromia son 8.963 agricultores que producen 3.000 toneladas de café al año. Pero sus logros están en que, pese a la caída de los precios del café, la Unión apostó al producto de alta calidad, el mismo que recibe un precio mayor y tiene cada vez mayor demanda.
- La aplicación de un marketing directo dieron resultado a la cooperativa Kuapa Kokoo, de Ghana. En 1997, esta organización ghanesa lanzó la Day Chocolate Company en el Reino Unido. El negocio con una barra de chocolate de 150g con la marca Divine Chocolate, creció tanto hasta contar con 15 líneas de diferentes productos. La Kuapa Kopoo, alcanza a 47.000 miembros asociados en 1.200 poblaciones rurales del país, representa el 1% de las ventas de cacao mundiales. Al comercio justo destina un 3% de sus ventas.
- En el Distrito de Darjeeling en la India, la plantación de té Makaibari Tea Garden de certificación Fairtrade desde 1994, con 625 trabajadores y sus familias, el Comité Conjunto, que de 16 miembros 10 son mujeres, decidió diversificarse por la caída de las ventas del producto, e inclinarse al turismo ecológico. 50.000 personas visitan Makaibiri y muchos desean quedarse a vivir la mística de este lugar en los pies de la cordillera del Himalaya. Se construirán más alojamientos en 560 hogares de las 7 poblaciones de la zona.

- La creación de la cooperativa Nature Food en Tailandia en 1993, liberó a muchos productores de arroz. Luego, con el establecimiento de Green Net, una red para los productos orgánicos, se exporta el arroz orgánico de 840 campesinos y, las exportaciones de arroz de comercio justo pasaron de 15 toneladas en 1992 a 500 en el 2005.
- En Estados Unidos, dos empresas que han colaborado con el incremento excepcional de los productos del comercio justo son: Equal Exchange, fundada en 1986 es pionera y en 1999 aceptó el modelo de certificación del comercio justo para las compras externas de té, cacao y tabletas de chocolate. La empresa está organizada en cooperativa, los trabajadores deciden las políticas. Expendió US \$ 21 millones en el año 2005. La otra es Green Mountain Coffee Roasters, empresa que cotiza en bolsa, vendió café por US \$ 161 millones, al convertir sus cafés orgánicos en cafés del comercio justo. En el año 2003 lanzó cinco mezclas en más de 1.000 supermercados y ya tiene más de 20 mezclas de café, de té y de preparado de cacao caliente.
- Las artesanías no solamente se venden en los países del Norte, sino que aprovechan sus propios países y logran facturar más que muchas organizaciones del Hemisferio señalado. Sinchi Sacha en Ecuador, una Fundación que factura US \$ 450.000 anuales en esta línea de productos, se beneficia del mercado creciente de la clase media de ese país y de los miles de turistas que visitan Quito, ciudad Patrimonio de la Humanidad. Otro ejemplo, es Aarong en Bangladesh que expende artículos para el hogar, ropa y accesorios.

Fuente: Otra manera de hacer negocios. Los éxitos y los retos del Comercio Justo. Publicación de Fair Trade Advocacy Office, Bruselas. Agosto 2006.

Resumen: Responsabilidad Autor.

## **Banco Grameen, Bangladesh, microfinanzas contra la pobreza**

### **Premio Nobel de la Paz 2006**

El 13 de octubre de 2006 fue el día más feliz para Bangladesh. Gran momento para toda la nación: llegó el anuncio de que el Grameen Bank y Muhammad Yunus recibían el Premio Nobel de la Paz 2006. El mundo reconoció que la pobreza es una amenaza para la paz.

### **Propiedad de los Pobres**

El Proyecto nació en Jobra, aldea de Bangladesh, en 1976. En 1983, se convirtió en un banco formal en virtud de una ley especial aprobada para su creación. Es propiedad de los 7.34 millones de prestatarios pobres del banco, el 97% de son mujeres. Esta entidad trabaja exclusivamente para ellos. Los prestatarios del Banco poseen en la actualidad el 94% del capital total del banco. El 6% restante es propiedad del gobierno. Es el quinto banco del país.

### **Sin garantías, sin documentación jurídica, ni de grupo ni de responsabilidad colectiva**

El Banco no pide ninguna garantía para sus microcréditos. El banco no lleva a los tribunales a ninguno de sus prestatarios sino devuelven el préstamo, no se exige que firmen ningún documento legal. Aunque cada prestatario debe pertenecer a un grupo de cinco integrantes, el grupo no está obligado a ofrecer ninguna garantía a los otros miembros. La responsabilidad de reintegro corresponde al prestatario individual, mientras que el grupo y el centro supervisan que cada uno se comporte de forma responsable y no tenga problemas para la devolución del crédito.

### **Sucursales**

Cuenta con 2.468 sucursales. Trabaja en 80.257 aldeas. Su personal total es de 24.703 personas.

### **Desembolsos**

El capital total desembolsado en préstamos por el Banco desde su creación asciende a US \$ 6.550 billones. De esta cantidad, US\$ 5.870 millones han sido devueltos. El índice de devolución de los préstamos

es del 98,35%. La tasa de morosidad ronda el 1,65%.

### **El 100% de los préstamos se financia con los depósitos del banco**

Financia el 100% de sus préstamos vigentes con sus depósitos. El 58% de sus depósitos proviene de los propios prestatarios del banco. Los mismos representan el 139% de los préstamos vigentes. Los depósitos, combinados con recursos propios, suponen el 157% de los préstamos vigentes.

### **Sin donaciones ni préstamos**

En 1995, el Banco decidió no recibir más donaciones, no prevé para el futuro aceptarlas, ni solicitar préstamos a fuentes locales o externas.

### **Genera beneficios**

Desde que fue creado, el Banco tuvo beneficios anuales, salvo en 1983, 1991 y 1992.

### **Bajos tipos de interés**

El Gobierno de Bangladesh establece el tipo de interés aplicable a sus programas de microcréditos en un 11% simple, equivalente a un 22% aplicando el capital decreciente. El tipo de interés del Banco es menor que el del Gobierno. Existen cuatro tipos de interés simples y se calculan con saldos decrecientes, que se aplican a los préstamos: 20% para los que generan ingresos, 8% para vivienda, 5% para estudios y 0% (sin intereses) para mendigos e indigentes.

### **Intereses de los depósitos**

El interés mínimo que se ofrece es del 8,5%, y el máximo del 12%.

### **Miembros indigentes para eliminar la mendicidad**

La mendicidad es el último recurso de supervivencia para las personas desfavorecidas, y la practican discapacitados físicos, psíquicos e invidentes, así como ancianos en precario estado de salud. El Banco ha dispuesto un programa especial, denominado "Programa de miembros en lucha" para llegar a los indigentes. Cerca de 98.500 mendigos han ingresado en el programa. El objetivo es ofrecerles servicios financieros para ayudarles a encontrar una forma de sustento digna, enviar a sus

hijos al colegio y lograr pasar a la categoría de miembros convencionales del Banco. Se desea que nadie en las aldeas que opera el Banco mendigue para sobrevivir.

### **Vivienda para los pobres**

Otórgó préstamos para vivienda en 1984, Este programa fue muy atractivo, y recibió el premio internacional Aga Khan de arquitectura en 1989. El importe máximo de un préstamo para vivienda es de US \$ 218 que se reintegra en 5 años, en pagos semanales. El interés es del 8 por ciento.

### **Créditos para microempresas**

Estos no tienen restricción por volumen. 1.229.460 miembros recibieron préstamos para microempresas por US \$ 418,32 millones el promedio es US\$ 321, y el mayor es de US \$ 19.897.

### **Becas de estudios**

Cada año se ofrecen becas para los hijos de los miembros del Banco, con prioridad para las hijas.

### **Préstamos de estudios**

Los estudiantes de educación de tercer grado obtienen préstamos de estudios, que cubren matrícula, gastos de manutención y otros gastos escolares. 19.631 estudiantes recibieron préstamos para cursar facultades de medicina; ingeniería; y otras carreras profesionales.

### **La Red Grameen y otras empresas creadas**

Existen 17 empresas que conforman la red con el logo Grameen pero el Banco no posee ninguna acción. No ha concedido ningún préstamo ni tampoco ha los ha recibido de estas empresas. Todas ellas son empresas independientes. Unas 7 empresas fueron creadas por el Banco, como entidades jurídicas separadas, para segregarse algunos proyectos financiados por donaciones, pero los capitales de donaciones se entregaron como préstamo del Banco.

### **Liquidación de los préstamos en caso de fallecimiento**

En caso de que un prestatario fallezca, todos los préstamos que tenga

pendientes se liquidan por medio del Programa de seguros para préstamos.

### **Seguros de vida**

Cada año, las familias de los prestatarios del Banco fallecidos reciben un total de US \$ 120.000 a US \$ 150.000 en indemnizaciones de seguros de vida. Un total de 97.376 prestatarios del Banco han fallecido. Sus familias recibieron, en conjunto, una cantidad total de US\$ 3,86 millones. Los prestatarios no deben abonar ninguna prima por este seguro de vida y están cubiertos por este seguro al convertirse en accionistas del Banco.

### **Depósitos**

La suma total de los depósitos del Banco era de de US\$ 701,83 millones Los depósitos de los miembros representaban el 60% del total.

### **Fondo de pensiones para los prestatarios**

Este programa de fondo de pensiones para la tercera edad, inmediatamente tuvo éxito.

### **Reserva de impagos**

El Banco tiene una política muy rigurosa en cuando a reservas para deudas de dudoso cobro. Si un préstamo no se devuelve a tiempo, se convierte en un tipo de préstamo especial denominado "préstamo flexible", y se efectúa una reserva equivalente al 50% al finalizar el primer ejercicio anual. Cuando un préstamo flexible alcanza su segundo año de vida, se realiza una reserva del cien por cien. Al llegar al tercer año, el capital pendiente se cancela por incobrable incluso aunque continúen registrándose devoluciones del préstamo.

### **Pago de prestaciones de jubilación**

Todos los empleados pueden jubilarse tras cumplir diez años de servicio. En el momento de jubilarse, reciben una prestación por jubilación al contado.

Desde que se puso en práctica esta prestación, 6.620 miembros de la plantilla se han jubilado y han recibido un total de US \$ 67,20 millones al contado. Esto supone un total de US \$ 10.151 por empleado jubilado.

### **Operadoras de teléfonos (Telephone-Ladies)**

Se, ha concedido préstamos a 295.235 personas para que puedan ofrecer servicios con teléfonos móviles en casi la mitad de las aldeas donde este servicio no ha existido nunca.

### **Superando el umbral de la pobreza**

Según un estudio interno, el 64% de las familias de los prestatarios del Banco han superado el umbral de la pobreza. El resto sigue escalando.

Fuente: Grameen Bank, en pocas palabras. Grameen Communications. 12 de Mayo de 2009.

Resumen: Responsabilidad del autor.

### **Tríodos Bank, Países Bajos, Hacia el Megabanco Etico**

#### **LA HISTORIA**

En 1968, en los Países Bajos, Adriaan Deking Dura, economista, Dieter Brüll, profesor de derecho, Lex Bos, antiguo especialista en organización y Rudolf Mees, banquero crearon un grupo de estudio para analizar cómo el dinero podía ser manejado de forma consciente. Este grupo de profesionales con fuertes valores sociales plantearon un uso consciente del dinero y desarrollaron el concepto de inversión positiva. Se inicia la puesta en marcha de estas ideas en 1971, con la Fundación Tríodos que moviliza donativos y préstamos para nuevas y prometedoras iniciativas y empresas sociales, a quienes eran rechazados por el sistema financiero tradicional.

Luego en 1973, el Fondo de Garantía Tríodos proporciona garantías a proyectos y empresas sociales respaldando préstamos bancarios.

En 1980, se crea Tríodos Bank en los Países Bajos con un capital de 540.000 euros. Mientras la agitación social y medioambiental dominaba la agenda política e informativa entre los años 1960 y 1980, la utilización de servicios financieros para abordar esos problemas fue una alternativa totalmente nueva. De esta manera, la relación entre negocios y sostenibilidad es ya una constante en los créditos de la banca ética y sostenible.

Otras ramas financieras se continúan creando en los años siguientes, para 1985, Tríodos Insurance comienza como agente de seguros y lanza un seguro especial de salud que incluye medicinas alternativas.

Después del desastre de Chernobil, en 1986, Tríodos Ventures, institución de capital riesgo, comienza a invertir en los primeros proyectos de energía eólica en los Países Bajos.

Triodos Bank, 1990, ofrece el primer fondo de inversión verde, Biogron, y lo incluye en el mercado secundario de Ámsterdam. Tríodos Bank y la compañía de seguros Delta Lloyd lanzan el Added-Value Policy, un seguro de vida y de pensiones. Los inversores, principalmente compañías cotizadas en Bolsa, son analizados de acuerdo con criterios sociales y medioambientales.

## **LA INTERNACIONALIZACIÓN TOTAL**

En el año 1990, se crea la sucursal de Tríodos Bank en Bélgica y se lanza en los Países Bajos el Fondo Eólico (Wind Fund).

Luego en 1994, Tríodos Bank lanza los primeros Fondos Norte-Sur de Tríodos en los Países Bajos, en asociación con la Fundación Doen/National Postal Code Lottery y con la Fundación Hivos. En Bélgica, el Banco crea Alterfin junto con la organización 11 11 11 vzw. Estos fondos se centran en microcréditos y de Comercio Justo para países en desarrollo .

Al siguiente año en 1995, el Banco abre una sucursal en Reino Unido y lanza el Fondo Eólico en este país, y 1996 también funciona Tríodos Match en el Reino, que proporciona a inversores privados la oportunidad de participar directamente en compañías sociales, medioambientales y culturales.

El Fondo Valor Añadido de Tríodos aparece en 1997 y se incluye en la Bolsa de Ámsterdam. Los diferentes fondos verdes de los Países Bajos se fusionan en el Tríodos Green Fund.

El Fondo de Inversión Solar financia proyectos de energía solar en países en desarrollo. Tríodos Research ofrece servicios de investigación sobre responsabilidad social y medioambiental de empresas cotizadas, entidades de crédito y fondos de pensiones. Esto sucede en 1998.

### **El nuevo siglo**

Se inicia el 2000, con la acreditación de todas las sucursales de Tríodos Bank a la norma ISO 14001 sobre gestión medioambiental.

En el 2001, se crea el Fondo de Capital Riesgo de Tríodos y se lanza el Fondo Valor Tríodos en Bélgica. Tríodos Climate Clearing House, una institución de compensación de créditos de CO2, realiza sus primeras transacciones.

En los Países Bajos se constituye el Tríodos Fair Share Fund en el 2002. El fondo ofrece a particulares y organizaciones la posibilidad de invertir en entidades de microfinanciación en países en desarrollo. En Bélgica, el Fondo Valor Tríodos crea un Fondo Europeo de Obligaciones. Dutch Sustainability Research (DSR) se dedica a la recopilación de información sobre la política social y ambiental de más de 2.000 empresas que

cotizan en bolsa repartidas por todo el mundo.

El 2003 es testigo de que Tríodos Investments España comienza sus actividades como agente exclusivo del Banco. Y en el siguiente 2004, se abre una sucursal en Madrid.

Para el año 2005, en España, Tríodos Bank es cofundador de Analistas Internacionales en Sostenibilidad S.A. (AIS), una entidad de investigación de políticas sociales y ecológicas de empresas españolas que cotizan en Bolsa. Tríodos Finanz inicia las primeras actividades en Alemania como agente de Tríodos Bank en Frankfurt am Main.

En el 2006, se lanza el primer fondo de inversión Tríodos con sede en Luxemburgo: el Tríodos Renewables Europe Fund invierte en proyectos europeos de energías renovables. En los Países Bajos se constituye el fondo cultural Tríodos Cultuurfonds. Este fondo, que cotiza en Bolsa, es el primer fondo de inversión de los Países Bajos que realiza préstamos para fomentar el arte y la cultura. Los inversores del fondo perciben, además del rendimiento anual, unas ventajas fiscales de hasta el 2,5% anual.

Tríodos Bank lanza el fondo Tríodos Values Pioneer Fund, que forma parte de un segundo fondo con sede en Luxemburgo que también comprende los fondos Tríodos Values Equity Fund y Tríodos Values Bond Fund. El fondo Tríodos Vastgoedfonds empieza a cotizar en el Euronext Fund Service. Se crea el fondo Tríodos Real Estate Development. Estas actividades en el 2007.

## **LA MISIÓN**

Como el Banco financia empresas, entidades y proyectos que aportan un valor añadido en el campo social, medioambiental y cultural, con el apoyo de ahorradores e inversores que optan por el impulso de empresas socialmente responsables y por la construcción de una sociedad más humana y sostenible.

La misión se plantea:

- Contribuir a una sociedad que fomente la calidad de vida y se centre en la dignidad humana.
- Facilitar a personas, empresas y organizaciones un uso responsable del dinero y fomentar con ello un desarrollo sostenible.
- Proporcionar a los clientes unos productos financieros sostenibles y

un servicio de calidad.

Peter Blom, CEO del Grupo Tríodos se pronuncia: “Durante la última década, el Grupo Tríodos ha crecido una media anual de un 25%, hasta convertirse en el líder en banca sostenible en Europa. El innovador enfoque del dinero ha atraído a miles de clientes, que se han unido a redefinir el concepto moderno de riqueza.

El modelo de negocio financiero en síntesis está centrado en mejorar la calidad de vida de las personas, promover el respeto al medio ambiente, y obtener rentabilidad económica.

Los ahorros de los clientes e inversores le permiten financiar iniciativas y organizaciones valiosas para la sociedad y para el futuro de las personas y el planeta.

Cuenta con 191.000 clientes en cinco países e invierte en 9.300 empresas y proyectos sostenibles, más de 3.700 millones de euros bajo gestión, 12.000 titulares de certificados de depósito para acciones del banco y sucursales en los Países Bajos, Bélgica, Reino Unido y España y una agencia en Alemania.

A través de los Fondos de Inversión Socialmente Responsable y Fondos de Comercio Justo y Microcréditos, esta presente en más de 30 países de África, Europa del Este, América Latina y Asia.

La crisis financiera 2007 no le afectó al Banco y más bien posición es sólida para el 2008.

## **HACIA EL MEGABANCO ETICO**

Once de los principales bancos éticos y sostenibles del mundo crean en Holanda en marzo del 2009, La Alianza Global por una Banca con Valores (Global Alliance for Banking on Values) para construir una alternativa positiva al sistema financiero global en crisis. Los once bancos suman activos por encima de los 10.000 millones de dólares y dan servicio a más de siete millones de clientes en 20 países de todo el mundo.

Esta Alianza se funda principalmente, por el banco bengalí BRAC Bank – parte del Grupo BRAC, la mayor institución de microcréditos del mundo-, el banco cooperativo estadounidense ShoreBank y Tríodos Bank. El resto de miembros son entidades de microcréditos y bancos y cooperativas de crédito dedicadas a la financiación responsable. A ellos

se sumará el banco de microcréditos keniano K-Rep Bank.

Se desarrollarán nuevas líneas de trabajo, construcción de organizaciones que encajen mejor con la idea de un desarrollo sostenible a largo plazo y nuevas formas de propiedad y cooperación económica.

### **LOS BANCOS DE LA ALIANZA**

Los siguientes once bancos conforman este nuevo megabanco: Alternative Bank ABS, Suiza; Banca Popolare Etica, Italia; Banex, Banco del Éxito, Nicaragua; RAC Bank y BRAC Microfinance Programme, Bangladesh; y GLS Bank, Alemania; Merkur Bank, Dinamarca; Mibanco, Banco de la Microempresa, Perú; New Resource Bank, Estados Unidos; ShoreBank Corporation, Estados Unidos; Triodos Bank, Holanda Bélgica, Reino Unido y España; XacBank, Mongolia.

Fuente: [www.triodos.com](http://www.triodos.com)

Resumen: Responsabilidad Autor

**Principales recomendaciones del V Foro Social Mundial para impulsar la Economía Solidaria, Porto Alegre 2005.**

El Foro propuso varias acciones se citan las relacionadas con la Economía Solidaria.

- Fortalecer y constituir redes entre productores rurales y consumidores urbanos.
- Desarrollar prácticas de rescate de los hábitos alimentarios tradicionales, propios de la cultura local (por ejemplo, casas de la memoria de la alimentación, siguiendo el ejemplo de la Red Social).
- Promover las finanzas solidarias vinculadas al desarrollo local/comunitario.
- Constituir en 5 a 10 años una institución financiera internacional de finanzas solidarias.
- Pautar el desarrollo de la comunidad local en el año internacional del micro-crédito.
- Sistematizar y socializar un catálogo de experiencias a través de un portal electrónico.
- Abrirse a otras formas de comercialización, inclusive con monedas alternativas.
- Fomentar la constitución de tiendas de Economía Solidaria.
- El desarrollo de cadenas productivas pasa por la democratización de la tecnología, necesaria para que no se reproduzca una cadena de explotación entre las propias experiencias.
- Producir un cuadro general de indicadores de las actividades de Economía Solidaria (Comercio Justo, finanzas solidarias) sobre desarrollos locales y adaptados a esas condiciones.
- Ampliar el “índice del planeta vivo” para medir el impacto de la degradación de la biodiversidad sobre la salud de las poblaciones, en particular de los pueblos indígenas.
- El Comercio Justo debe vincularse al desarrollo de los territorios

para dejar de ser sólo un nicho de mercado y pasar a ser una práctica cotidiana en todos los espacios del día a día.

Este comercio debe tener cinco aspectos:

- a. Intercambio de las experiencias de las redes de Comercio Justo existentes y de las nuevas para una articulación del Sur.
- b. Fomentar redes de Comercio Justo que incorporen prioritariamente experiencias solidarias, basadas en relaciones asociativas.
- c. Desarrollar prácticas de Comercio Justo Sur-Sur.
- d. Insertar en las políticas públicas de integración regional el Comercio Justo.
- e. Desarrollar campañas públicas orientadas a promover el consumo consciente, incluyendo campañas educativas en las escuelas.

### **Relación de los actores de la Economía Solidaria con el Estado**

En este sentido se propone:

- Desarrollo de las políticas en los niveles central, provincial y municipal.
- Insertar el comercio justo en las políticas públicas de integración regional.
- Trabajar por la inclusión en la curricula escolar la formación en economía solidaria.
- Promover el reconocimiento por parte del Estado de los actores de la economía solidaria y el establecimiento de políticas públicas de fomento.
- Asegurar que las compras gubernamentales en todos los niveles del Estado atiendan directamente a los productores de la economía solidaria.
- Asegurar que el Estado incentive las experiencias solidarias y la recuperación de empresas por los trabajadores, dentro de la concepción de que las mismas generan riqueza, distribuyen renta, se preocupan más por el medio ambiente, además tienen un compromiso con la comunidad.
- El intercambio de experiencias entre las organizaciones de diversos

países de América Latina es fundamental en respeto de su aspecto legal, y tendrá como fundamento tres puntos: conocer la legislación vigente en distintos países; conocer el como lograron resolver sus problemas en forma legal; establecer cuáles experiencias son las exigidas y los problemas que se debe enfrentar en los distintos países.

- Restaurar el Estado social en el Norte. Construir los Estados sociales actualmente inexistentes en el Sur.
- Se destaca la importancia de la intervención reguladora del Estado sobre el sector privado. En este sentido, se propone:
  - a. El control y seguimiento público de la responsabilidad social de las empresas.
  - b. La democratización de los organismos multilaterales (ONU, OMC, Banco Mundial, FMI).

### **Relación de la Economía Solidaria con otros movimientos sociales**

Un aspecto prioritario para los agentes de la Economía Solidaria es su vinculación con el conjunto de organizaciones que construyen un nuevo orden social.

### **Movimiento alter mundialista**

- Tomar parte en la defensa de acciones concretas en favor de una soberanía alimentaria en la próxima Conferencia Interministerial de la OMC. El derecho de los pueblos a contar con alimentos de calidad implica el derecho de producirlos, valiéndose de controles sobre la importación y exportación como formas de asegurar la soberanía alimentaria.
- Establecer condiciones para la transformación y/o sustitución de las instituciones financieras y del comercio mundial (OMC, Banco Mundial, FMI, bancos regionales multilaterales) por nuevos organismos que puedan administrar en forma democrática las finanzas y el comercio mundial. Estos tienen que ser independientes de los EE. UU. y de las transnacionales y estar bajo el control de unas Naciones Unidas reformadas.
- Ejercer presión para que se supriman los subsidios estatales a las transnacionales, y canalizarlos hacia las empresas pequeñas y medianas y hacia el desarrollo local.
- Luchar contra la concentración del poder monetario y financiero y

alentar la democratización del dinero, de manera que se convierta en un simple medio de cambio y un símbolo del trabajo, de los saberes y la creatividad.

- Reestructurar la ayuda para el desarrollo de manera que las agencias internacionales, los gobiernos nacionales, los colectivos territoriales y las ONGs apoyen los proyectos de empresas de economía solidaria.
- Apoyar las economías locales.

### **Movimiento de género**

Se llegó al consenso de que el cambio de esta situación supone la acción conjunta de hombres y mujeres, pues el verdadero enemigo es la lógica del pensamiento económico, que condiciona dichas desigualdades al no viabilizar ciertas actividades económicas para facilitar la maximización de la ganancia y de la acumulación de capital. Respecto a esto, se propone:

- Que la Economía Solidaria sea un vehículo que haga visible tanto la situación de inequidad de género como el aporte de las mujeres a la economía, que promueva cambios incidiendo en la igualdad de hombres y mujeres mediante bases normativas, la participación equitativa en los niveles de producción y reproducción, así como en la formación política para democratizar las relaciones de poder. No basta decir que la Economía Solidaria es una alternativa si no se avanza en la equidad de género.
- Tener en cuenta la contribución de las mujeres a la creación de la riqueza, y reformular una serie de conceptos como los de renta, riqueza, trabajo, rentabilidad (económica/social); integrar la cuestión de género en los indicadores sociales, en particular en los indicadores de pobreza.
- Valorar el aporte de las experiencias de microcrédito en términos del efectivo empoderamiento de las mujeres.
- Promover iniciativas de trabajo autogestionario para ubicar a la mujer de manera más justa ante la flexibilización laboral.
- Respaldar la organización de las mujeres a nivel local, regional y global para hacer efectivas las políticas públicas que promuevan la participación equitativa de hombres y mujeres en el trabajo productivo y reproductivo.
- Fomentar el reconocimiento social y una redistribución solidaria de

las responsabilidades domésticas.

### **Movimiento del software libre**

- Incentivar políticas públicas que favorezcan el uso del software libre en los organismos públicos, y que los recursos así economizados sean reorientados hacia políticas de inclusión digital, como compras de equipamientos para tele- centros públicos.
- Organizar oficinas para mujeres sobre inclusión digital que utilicen software libre.

Fuente: V Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre, entre el 27 a 30 de enero del 2005 para impulsar la Economía Solidaria. [www.fsm.org](http://www.fsm.org).

Elaboración: Autor

## **Grupo Mondragón, Meca del Cooperativismo**

### **Enfoque General**

Al Grupo Mondragón se lo considera como una experiencia pionera en el mundo cooperativo, mediante la cooperativización del trabajo. Su lema básico es “El poder está en el trabajo y el capital está subordinado”.

Durante los últimos 50 años, el Grupo ha hecho que el asociado participe en la gestión, en la propiedad y en los resultados, así como se ha basado en que la cooperación, la responsabilidad social y la innovación sean los pilares de su éxito social y empresarial.

En una visita in situ, 24 latinoamericanos en el año 2007, calificaron a Mondragón como la Meca del Cooperativismo. Manifestaron que conocerla fue una mágica realidad, ya que allí no hay patrones, todos son responsables de la buena marcha del sistema.

Fue implantada esta experiencia en una pequeña población en 1956, con dificultades de acceso geográfico en el País Vasco, y en una época de alta conflictividad política y social. A la actualidad continúa siendo de poca significación poblacional con apenas 23.000 habitantes. Gracias al liderazgo del Padre José M<sup>a</sup> Arizmendiarieta, religioso visionario, el camino recorrido partió de una humilde escuela profesional y en un área física de 750 m<sup>2</sup>, de dos plantas con las actividades de fabricación de estufas y anafes en el denominado Talleres ULGOR, ahora convertida en la gran Cooperativa FAGOR de electrodomésticos.

Mondragón es considerado: Uno de los 150 mayores grupos de empresas europeas, 7º en el ranking de empresas españolas y Líder Empresarial en el País Vasco.

En el año 2007, proporcionó empleo a 103.731 personas de las 120 cooperativas asociadas con un 81% de cooperados y el resto en relación de dependencia. En total dispone de 264 empresas, las ventas totales del Grupo alcanzan 15.056 millones de euros, 69 plantas productivas internacionales en 4 continentes, exportaciones con el 56,9% de las ventas totales realizadas.

Un cooperativismo transnacionalizado es el resultado. Mikel Lezamiz, Director de Difusión del Grupo señala que es necesario cambiar la mentalidad de que el cooperativismo es la empresa pequeña, que vive en un mercado más de subsistencia que de competencia. Agrega, se

debe aprovechar el momento de la globalización para posicionar a las cooperativas y crear este tipo de empresas de servicios, agrícolas, industriales, de trabajo social.

Está dividido el Grupo por Area de Finanzas, Area Industrial y Area de Distribución. Sus soportes son los Centros de Formación y los Centros de Investigación.

De estas 120, corresponden 87 a cooperativas industriales, 2 financieras (una de crédito, La Caja Laboral y la mutua de seguridad social, Lagún Aro), una de consumo, Eroski, la segunda de España, 4 agrícolas, 8 de educación, entre las que se cuenta la Universidad, 19 organizaciones entre Centros de Formación Profesional, Consultoría, Centros de Investigación y Desarrollo.

### **Valores Corporativos del Grupo:**

**Cooperación**, “Propietarios y protagonistas”. Supone considerar la empresa como propia, vivir sus avatares, sus problemas y sus triunfos como algo que depende de cada cooperado y les afecta directa y personalmente.

**Participación**, “Compromiso en la gestión”. Es la esencia del Modelo socio empresarial de Mondragón, al tiempo que su elemento diferenciador es la participación de todos sus miembros en tres ámbitos: **en el capital, en los resultados y en la gestión.**

**Responsabilidad Social**, “Distribución solidaria de la riqueza e implicación en el entorno”. La distribución de la riqueza creada, primando los intereses colectivos, es, además de una garantía de pervivencia de las empresas, una expresión de solidaridad. El trabajo no sólo es un medio de obtener rentas, constituye una fuente de satisfacción de las necesidades de desarrollo personal y colectivo compatibles con los de la empresa, y los de ésta con su implicación en el entorno.

**Innovación**, “Renovación permanente”. Una actitud de búsqueda constante de nuevas opciones en todos los ámbitos de la actuación de las cooperativas, es condición necesaria para el progreso empresarial, así como para responder a las expectativas que se genera en la sociedad.

### **CLAVES DEL GRUPO:**

Constituyen la Participación, Democracia, Solidaridad, Intercooperación, Innovación=Dinamismo, Equilibrio=Pragmatismo, Reinversión.

Sobre la transparencia de la información, los cooperados conocen el desempeño del Grupo, del sector al que se pertenecen, a la cooperativa

de su propiedad, del Departamento y de la unidad en que laboran, todo esto mensualmente.

**ESTRUCTURA DEL GRUPO:** Esta compuesto por el Congreso, el Consejo General, el Grupo Mondragón, los Grupo Sectoriales y las Cooperativas. Pero el concepto CONVICCIÓN, hace que la línea de poder sea invertido, es decir: Primero las Cooperativas, luego los Grupos Sectoriales y en la Base el Grupo Mondragón.

A finales de 2006, el Grupo disponía, entre otros, de los siguientes certificados y reconocimientos:

Premio Europeo a la Excelencia Empresarial logrado por Irizar.

Finalista al Premio Europeo EFQM obtenido por Fagor Cocción

Premio Europeo de Medio Ambiente, conseguido por Orkli

7 Q de Oro: Caja Laboral, Mondragón Lingua, Copreci, Fagor Minidomésticos, Fagor Industrial, Politeknika Txorierri Ikastegia y Seguros Lagun Aro.

14 Q de Plata más a diferentes cooperativas y actividades empresariales.

Las recientes actitudes del Grupo para atenuar la crisis han generado positivos resultados y reconocimientos.

En efecto, la caída de la demanda se traduce en una caída de la producción y en el apareamiento de capacidades ociosas en las máquinas y en los trabajadores. Primero se recortó las horas laborables, pero se continuó pagando el salario estipulado al cooperado trabajador, al reponerse la demanda se recuperan las horas no trabajadas en jornadas de trabajo ampliadas, pero sin ninguna remuneración extra. Si realmente la situación es dramática se busca una colocación en otra empresa apelando al concepto de Intercooperación de las Cooperativas.

En el 2008, recolocaron 300 trabajadores desplazados de cooperativas con problemas en otras cooperativas de normal funcionamiento.

Algunas de las cooperativas apelaron a la reducción del salario nominal para defender los puestos de trabajo y seguir siendo competitivas en un mercado deprimido.

En su proyección hacia el futuro, el Grupo ha considerado incursionar en 5 sectores de alto nivel tecnológico pero también de contenido social, en

este orden los proyectos nuevos tratarán sobre:

- a. aeronáutica y ferrocarril,
- b. nuevas energías tipo eólica, fotovoltaica, pila, solar,
- c. nuevas tecnologías de la gama wifi, wireless, nanotecnología,
- d. salud, alimentación basadas en la biomedicina y biotecnología,
- e. productos para la tercera edad de la clase GSR, o Gestión de Servicios de Residencia del Adulto Mayor.

El gestionamiento de nuevos emprendimientos es un objetivo básico y con el concurso de la Incubadora de empresas Saiolan se entrega 10.000 euros de capital semilla a los planes de negocios aprobados, una parte de este valor a fondo perdido y otra parte con el 1% de interés anual. Cabe recordar que en España las cooperativas se forman con 3 personas y en el País Vasco con 2 personas una precooperativa.

Fuente: Mondragón Historia Anual PDF; Perfil Corporativo 2007. Documento Anual del Grupo; Memoria de Sostenibilidad 2007en CD; Mondragón la mágica realidad [www.cooperativismosolidario](http://www.cooperativismosolidario.com). Blogspot.com.

Resumen: Responsabilidad del autor.

### **Sunchales, Capital del Cooperativismo en Argentina**

En la provincia de Santa Fe, Argentina pueden señalarse hitos señeros en el desarrollo y florecimiento del cooperativismo argentino. La primera cooperativa establecida en Argentina es la “Sociedad Cooperativa de Agricultores”, de Moisés Ville, provincia de Santa Fe, fundada en 1890. También en 1918, nace en esta provincia la primera cooperativa tambera (lechera) de la Argentina: la “Sociedad Cooperativa de Lechería de Zavalla”.

El cooperativismo llega a la ciudad de Sunchales, provincia de Santa Fe, en 1929 y desde entonces, este movimiento es emblemático en el quehacer sunchalense. El 15 de septiembre de 1929, se funda la “Cooperativa Limitada de Tamberos de Sunchales”. Tras sucesivas integraciones de 16 cooperativas tamberas de Santa Fe y Córdoba, surge el 17 de septiembre de 1938 “SanCor Cooperativas Unidas Limitada” de gran trascendencia nacional\*.

Se crea “SanCor Cooperativas de Seguros Limitada” en 1945, para brindar servicios en el campo de la prevención social, los cuales se consolidan con el surgimiento de nuevas entidades, tales como “Asociación Mutual Personal SanCor”, “Asociación Mutual SanCor”, “Asociación Mutual Productores y Asesores de SanCor Seguros”, “Asociación Mutual Empleados de SanCor Seguros”, etc.. Todas ellas con actuación en las distintas provincias del país. Con el paso de los años, los emprendimientos solidarios continuaron en todos los aspectos en la ciudad de Sunchales.

Así, para defender el valor del ganado y participar en su comercialización, los productores agropecuarios organizaron en 1939, la “Cooperativa Limitada Agrícola Ganadera de Sunchales”. En 1963 se crea “UNCOGA: Unión de Cooperativas Ganaderas Limitada” luego transformada en Federación de Cooperativas Agropecuarias Limitada.

La provisión de agua potable y gas natural, el consumo de productos de primera necesidad y la actividad financiera también fueron desarrollados mediante la organización cooperativa. De esta manera surgieron: “Cooperativa de Provisión de Agua Potable y otros Servicios Públicos de Sunchales Limitada”, fundada en 1957, la “Cooperativa Agropecuaria de Consumo y Provisión de Servicios Públicos Sunchales Limitada”, creada en 1953; y otras entidades como el “Banco Rural Cooperativo Limitado”

fundado en 1958. Es de reciente creación la Cooperativa de Apicultores BRAM-TAC Limitada.

Con el objetivo de fortalecer la integración cooperativa se fundó el 21 de septiembre de 1979 la Casa Cooperativa de Provisión Sunchales Limitada, que aglutina al movimiento cooperativo zonal, que cuenta en la actualidad con aproximadamente 480.000 asociados. Esta Casa Cooperativa opera como entidad de apoyo para todo el cooperativismo local y regional en lo que atañe a fomento de la cooperación libre, educación cooperativista, cultura ciudadana, afianzamiento de la democracia e información general, a través de seminarios, conferencias, mesas redondas y exposiciones.

En el aspecto educativo y cultural, la ciudad de Sunchales es pionera en el desarrollo de cursos de formación cooperativa para docentes de los niveles primario y secundario de las provincias de Santa Fe y Córdoba. Se ha instrumentado la enseñanza del cooperativismo en los planes de estudio de nivel medio de las escuelas locales.

Cabe destacar, además, la creación en 1986 del I.C.E.S. (Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior), única experiencia de este tipo en el país. Cuenta con una nutrida oferta educativa entre las que se destaca la carrera de “Técnico Superior en Gestión de Cooperativas y Mutuales”; instituto que solicitó ante el ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe su categorización como “Colegio Universitario”. Es de destacar, el trabajo de “Fundación SanCor”, destinada a estimular la capacitación y la educación.

También, esa Casa Cooperativa ha fomentado la concreción de cooperativas escolares, habiendo apadrinado a tres de ellas como son los casos de “COOPER.AR” dependiente del colegio Carlos Steigleder de Sunchales, “Pioneros del Rochdale” de la Escuela Provincial Nº 1212, también de esa ciudad, y “La Porteñita” del Colegio Nuestra Señora de Lourdes de la localidad de Porteña, provincia de Córdoba.

La cantidad de asociados al movimiento cooperativo y la magnitud de las operaciones que atañen a las numerosas cooperativas de la zona, motivaron que el 7 de octubre de 1974, el Gobierno de la provincia de Santa Fe, declarara a Sunchales “Capital del Cooperativismo”, reconociendo así la importancia de esta ciudad en el contexto del cooperativismo argentino. No existe en Argentina otra ciudad con una situación similar a la de Sunchales, fruto del desarrollo que ha generado el ejercicio del cooperativismo.

El Congreso de la Nación declaró a la ciudad de Sunchales como “Capital Nacional del Cooperativismo”. De esta manera, se galardona a

una pequeña población de un poco más de 20.000 habitantes.

### **SanCor, la cooperativa de cooperativas.**

SanCor tuvo origen en la asociación de cooperativas constituidas por productores de leche, ubicadas en la zona limítrofe de las provincias de SANta Fe y CORdoba, de allí su nombre.

Las 16 cooperativas fundadoras eran pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de crema y caseína; por consiguiente, el fin primario de su unión fue la elaboración de manteca, a partir de la crema aportada entre todas.

Luego del acuerdo de nacimiento de SanCor en 1938; en la misma población de Sunchales comenzó a operar la primera fábrica, en octubre de 1940.

Luego de 67 años bajo el modelo de segundo grado, en el 2005 se abre un nuevo telón para esta empresa láctea. SanCor modifica su estatuto para permitir una actuación directa de la cooperativa con los productores que decidan asociarse en forma individual y con las cooperativas que quieran continuar siendo asociadas.

Una de las razones del éxito de SanCor fue el sistema cooperativo, a través del cual los productores se vincularon entre ellos y las instituciones. La posibilidad de participar en las decisiones empresariales, que los afectaban directamente, significó un cambio fundamental de relación entre los aportantes de materia prima y la empresa que la elaboraba y comercializaba. La estructura cooperativa dio voz y voto, con poder de control, a los productores.

El actual sistema representativo y de gobierno de SanCor se basa en una combinación de derechos por cooperativa y por volumen productivo, que procura la equidad en las obligaciones y beneficios institucionales.

Las asambleas, como autoridad suprema, un Consejo de Administración, la Comisión Fiscalizadora y el Comité de Dirección, integrados por productores asociados activos, son los órganos de conducción.

Los establecimientos industriales lecheros de SanCor procesan 6.000.000 de litros por jornada, laboran más de 100.000 trabajadores y líquido proviene de más de 500.000 vacas lecheras de las provincias de Santa Fe y Córdoba.

Los 16 complejos industriales que incluyen procesos de elaboración de

productos como: manteca (1 planta), quesos (11 plantas), quesos rallados (1 planta), quesos procesados (1 planta), quesos trozados (1 planta), leche refrigerada (2 plantas), crema (1 planta), yogur, postres y flanes (1 planta), leche en polvo (6 plantas), dulce de leche (1 planta), leche esterilizada (U.A.T.) (2 plantas), fórmulas especiales (1 planta), suero fluido (1 planta).

Además, posee 2 depósitos de maduración de quesos y 1 planta de fraccionado de leche en polvo.

La actualización permanente de sus estructuras operativas con moderna tecnología equipara las instalaciones de SanCor con establecimientos líderes de la lechería mundial.

Fuente: [www.sunchales.gov.ar](http://www.sunchales.gov.ar). Discurso del Diputado Nacional, Jorge Giorgetti (Partido Justicialista), en la fecha de la aprobación como Capital Nacional del Cooperativismo

Resumen: Responsabilidad del autor

## **Villa El Salvador, Perú, Urbanismo, producción y participación ciudadana**

### **CREACION**

Villa el Salvador nace en una coyuntura particular, con la invasión, en 1970-1971, de un espacio desértico ubicado a unos 30 kilómetros del centro de la ciudad de Lima, por unas 600 familias de enorme pobreza en búsqueda de terrenos libres donde construir sus casas. El gobierno central reformista de la época, recientemente llegado al poder, aprovechó esta ocasión para introducir una política de planeamiento urbano que le daba prioridad a lo que se denominarían desde entonces los “pueblos jóvenes” fomentando la participación de la población en el desarrollo urbano.

En la Villa, la toma de tierras significó mucho más que la ocupación física de un territorio. De entrada, se involucraron militantes cristianos, militantes pertenecientes a movimientos políticos de izquierda así como profesionales que trabajaban con diferentes organizaciones no gubernamentales limeñas. Su intervención concertada dio lugar a la implementación de una traza urbana íntimamente relacionada con un modelo específico de organización social en el que los “grupos residenciales” constituyeron la unidad de base.

Cada grupo residencial es constituido por 16 manzanas, y cada una de ellas cuenta con 24 lotes o sea 24 familias. De esta forma, los grupos residenciales agrupan a un promedio de 384 familias, que significa entre 2000 y 2500 personas, se dispone de lotes individuales ubicados alrededor de una plaza, donde se reservan espacios comunes para equipamientos y servicios básicos como centros de educación preescolar, centros de salud, un local comunal y canchas deportivas. Cada plaza corresponde a un grupo residencial y cada grupo residencial elige delegados que lo representan en la Comunidad Urbana Autogestionaria de Villa el Salvador (CUAVES). En algunos años, el desarrollo urbano dio lugar a la creación de 120 de estas plazas comunales, que conforman un conjunto de espacios sociopolíticos, los llamados grupos residenciales, favorecedores de la estructuración de la sociedad civil.

Entre 1983 y 1984, se crea el Municipio de Villa El Salvador, desde ese momento, el poder local es compartido entre la organización comunal, o sea la CUAVES, y el Municipio.

A partir de esos años, se utilizan todas las herramientas de participación como el Plan Estratégico de 1999, que difiere del aprobado en 1983,

elaborado por ONG's, ya que en este último se acude a asambleas públicas, seguidas de mesas de concertación territoriales y sectoriales. Cinco de estas mesas eran de: 1) educación 2) micro y pequeña empresa, 3) higiene y salud, 4) jóvenes y 5) comercio. Otro elemento novedoso para la época era la implementación gradual de un presupuesto participativo.

## **DE LA ECONOMÍA POPULAR AL DESARROLLO LOCAL: LAS ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS Y EL PARQUE INDUSTRIAL**

Desde los años 1970-1972, dentro del plan de desarrollo urbano para la ciudad de Lima, la Secretaría de Vivienda había reservado un área destinada al desarrollo de un Parque Industrial en Villa el Salvador. Posteriormente, el cambio de régimen postergó la realización del proyecto. La administración del Parque Industrial pasó a manos de la Secretaría de la Industria, la cual reservó los lotes disponibles para la gran industria con el objetivo de crear empleos para la población migrante originaria de los distritos desérticos del cono sur de Lima. El objetivo de las autoridades era contrarrestar la concentración industrial sobre el eje este-oeste que atraviesa el antiguo casco urbano de Lima, allí se encontraban más del 80% de las micro-empresas, formales e informales, de la metrópolis. Sin embargo, la gran industria no apoyó ese proyecto.

Dentro de la dinámica de consolidación de las organizaciones populares locales, los empresarios de Villa el Salvador se fueron agrupando, lo que dio lugar al surgimiento de diferentes organizaciones. En 1985, nace la Asociación de Pequeños Industriales y Artesanos de Villa el Salvador (APIAVES) con la intención de desarrollar el Parque Industrial. Para poder canalizar hacia el Parque Industrial el desarrollo empresarial local, la APIAVES busca ampliar sus miembros. Los productores artesanales se organizan por rama de especialidad. Comparten compras, maquinaria y la comercialización de sus productos, dentro de un esquema de organización que rebasa los lazos familiares sobre los cuales se habían constituido dichas empresas. Esos esfuerzos culminan con la creación en 1987 de la Asociación de Pequeños y Microempresarios de Villa el Salvador (APEMIVES) la cual, conjuntamente con la CUAVES y el gobierno municipal, exige la firma de un convenio con la Secretaría de la Industria para el traslado de la administración del Parque Industrial. En junio de 1987, se constituye la Autoridad Autónoma del Parque Industrial, una entidad mixta conformada por tres representantes del gobierno central y tres representantes locales: un representante del Municipio, un representante de la CUAVES y un representante de la APEMIVES. Se determinan entonces los siguientes objetivos: promover la instauración y el desarrollo de proyectos de pequeñas empresas, mediante la oferta de infraestructura básica y de asistencia técnica a empresarios interesados en instalarse en el Parque Industrial y realizar estudios, diseños, programas de financiamiento, de comercialización, de construcción y de

desarrollo de pequeñas unidades productivas.

La Autoridad Autónoma enfrentó varios obstáculos que frenaron la realización de sus objetivos. El período 1990-1992 fue difícil debido a la violencia política que sacudió el país en general y Villa el Salvador en particular. Sin embargo, es en 1992 que se consolida la relación entre el Municipio y los empresarios locales gracias a una propuesta de desarrollo integral basada en la comercialización, la asistencia técnica para la producción, el financiamiento y la capacitación empresarial. Tras varios años de esfuerzos, los resultados son elocuentes: mientras Villa el Salvador tiene una población de 350.000 habitantes, una población económicamente activa de 100.000 personas, su Parque Industrial representa 30.000 puestos de trabajo, distribuidos entre 8.000 micro y pequeñas empresas, de las cuales 5.000 son activas en la rama del comercio, 2.000 en la industria y otras 1.000 en los servicios.

De esta forma, y por medio del desarrollo de una economía propia, Villa el Salvador logra salir de su condición de ciudad dormitorio. El Parque Industrial es el resultado del trabajo de organización de pequeños empresarios que vivían en la localidad pero que se encontraban dispersos y muy poco organizados en un principio.

El Parque Industrial recibió también el apoyo de la cooperación internacional: CARE Canadá donó maquinaria usada para equiparlo y la cooperación española contribuyó a la construcción del edificio del Centro de Promoción Industrial.

Se constituyó en un espacio físico y convivencial que favoreció, desde abajo y hacia arriba, la organización de las microempresas en redes empresariales para superar colectivamente el nivel de sobrevivencia. Este no es el único factor presente, también como territorio reservado a un uso industrial eventual se convirtió en un lugar de: proximidad favorecedor de la ayuda mutua; de movilización para la puesta en común de ciertos procedimientos y el funcionamiento asociativo de pequeños empresarios y comerciantes locales; de intervención para el apoyo a proyectos en materia de capacitación, de comercialización de la producción, de transporte, de promoción, y más; un lugar privilegiado para el desarrollo de nuevas medidas municipales relacionadas con el desarrollo de la infraestructura urbana como: abastecimiento apropiado en energía eléctrica, sistema de agua y drenaje, calles y carreteras, entre otros.

Permite, esta experiencia, observar como el desarrollo local y la economía solidaria, dos pilares de este modelo se dan la mano. Así, fue posible impulsar empresas y organizaciones a partir de la "planta baja" de la economía, es decir, a partir de una economía comunitaria de subsistencia, ya que las actividades económicas informales eran en Villa el Salvador de

pequeñas empresas familiares, poco o nada reglamentadas, que permitían la sobrevivencia de estas familias pero sin ninguna acumulación.

A raíz del Parque Industrial, si se logró cierta acumulación dentro de un marco parcialmente colectivo y parcialmente privado. En este caso el Estado colaboró decididamente, así como la solidaridad externa traducida en apoyos de otros municipios y ONG's internacionales.

Un tema sorprendente, es la siembra en este rincón del desierto de más de 500.000 árboles, y que pudo resistir a dos fenómenos políticos: la deriva militar de Sendero Luminoso y los excesos del gobierno de Fujimori.

Fuente: Desarrollo local, economía popular y economía solidaria en América Latina: un itinerario de 30 años en Villa el Salvador, Perú. Louis Favreau y otros. CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social • Año 2 • N° 3 • Junio 2002.

Resumen: Responsabilidad Autor

### **Salinas de Bolívar, Ecuador, el triunfo de los excluidos**

Salinas de Bolívar, un pueblo olvidado y marginado de los Andes ecuatorianos, dispone de uno de los dos principales sitios antiguos de producción de sal en la Región Sierra. Con alrededor de 10.000 habitantes su incidencia era muy escasa en el ámbito provincial y peor nacional.

La sal mineral yodada naturalmente, era un recurso estratégico por sus funciones de condimento y medicinales. Por lo tanto, hasta fines de la década de los años 1960 cuando fue suplantada por la sal marina yodada, el producto tuvo un papel central para los habitantes del actual pueblo.

El trueque de sal permitió que los Tomabelas, nativos de la zona se proveyeran de todo cuanto necesitaban: maíz, cebada, trigo, harinas, papas, miel, alcohol, plátano, ají, algodón y oro. Mientras en la invasión de los Incas se mantuvo la misma estructura de intercambio, la conquista española causó una gran desorganización. El intercambio de la sal como de los productos en general experimentó restricciones económicas y políticas. Los Tomabelas pasaron de ricos a pobres.

A esta pobreza se aunó los problemas de tiroides, bocio y la condición asociada el cretinismo por deficiencia de yodo en la dieta, problemas relativamente esporádicos en tiempos precolombinos. La consolidación de la República, determinó mayores expropiaciones de tierras a los indígenas por parte de los nuevos terratenientes.

Desde 1861, una familia terrateniente, en adelante adquiere y ocupa tierras de los comuneros y de la Iglesia en este sector. Cobraba el usufructo de la sal y un tributo del 40% de la producción.

Bajo esta deprimente situación se arriba a las décadas de los años sesenta y setenta del Siglo XX, en las que se inicia un cambio, no exento de dificultades, pero que ha permitido fraguar el “modelo Salinas”, que no nació en los libros ni en los escritorios, sino en la experiencia diaria de un pueblo que estaba por morir y decidió vivir.

En 1970, el primer Obispo de la Diócesis decide llamar a un grupo de voluntarios Italianos (Operación Mato Grosso), para que empiecen un trabajo de atención social en la zona norte de la provincia, por la grave situación de pobreza que vivían los poblados de: Salinas, Simiatug, Facundo Vela.

De cada dos niños uno moría, no había carreteras ni infraestructuras básicas de canalización de agua y luz; ni atención sanitaria. La escuela se encontraba en la plaza: una sola aula para los seis grados. Así, la mortalidad infantil era del 45 % y el analfabetismo cerca del 85%.

Con el grupo de voluntarios se logra: “Crear una Organización Popular”, nació la primera Cooperativa la “Salinas Ltda.” en los últimos meses de 1971; la misma que obtuvo su personería jurídica en 1972. Esta cooperativa se inició con 15 socios y ahora cuenta con más de 500.

Los terratenientes se opusieron, amenazaron, quisieron destruir la recién nacida organización, pero frente a la firmeza de los socios y asesores (sobretudo de los padres José Tonello y Antonio Polo), tuvieron que rendirse. La batalla estaba ganada, sin sangre ni revolución armada; sólo con la unión y la decisión de la gente, pero la comunidad tenía otros enemigos que derrotar: el aislamiento, las enfermedades, la falta de servicios básicos y de trabajo: había que vencer la miseria y la pobreza.

Pero también se comprendió que la sal no sería más el futuro de la economía local. Sin embargo, la tradicional solidaridad andina había encontrado en el cooperativismo la forma de manifestarse eficazmente frente a los retos de la sociedad actual.

### **La Organización Productiva**

Mientras en otros sectores del país, el denominador es la creciente migración del campesino hacia la ciudad por falta de empleo, en Salinas se da lo contrario; ha provisto a pobladores de otras comunidades trabajo en sus industrias en mejores condiciones que las ofrecidas en la urbe. Llama la atención el paisaje de la parroquia antes y después del trabajo comunitario realizado; de las casas de adobe y techo de paja, sin energía eléctrica, sin agua potable ni alcantarillado, con caminos de acceso precarios y peligrosos a viviendas con materiales actuales, ladrillo y cemento, con servicios básicos, vías aceptables para llegar a esta localidad.

Ante la gran difusión de las mencionadas microcooperativas, la comunidad se planteó que Promoción Humana y el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, FEPP, dos instituciones colaboradoras de este proceso, formen un organismo de segundo grado que ofrezca ayuda a las Cooperativas en todo tipo de gestión y asesoramiento.

Se constituye la “Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas, FUNORSAL”; para apoyar a proyectos de desarrollo, financiar si es el caso, y establecer programas de capacitación tendientes a mejorar no sólo

los recursos existentes, sino también las relaciones comerciales correspondientes.

Posteriormente, nacen otras microempresas manejadas y apoyadas directamente por FUNORSAL.

**Las Empresas.** Estas se encuentran en actividad en la parroquia al igual que en todo el territorio del modelo Salinas:

**La Industria de Quesos.** Es la principal actividad productiva. Cuenta con 22 plantas procesadores de lácteos distribuidas en 22 recintos de la parroquia.). El Salinerito, es la marca del queso premiada internacionalmente.

**La Hilandería.** Empresa industrial perteneciente a FUNORSAL relacionada con la ganadería ovina. Procesa lana de ovejas y llama, y transforma en hilo. Incursionó en la elaboración del hilo de ALPACA y abrió nuevas perspectivas de trabajo y estímulo a la crianza del camélido en el Ecuador.

**Mecánica.** Taller que produce equipos para el hogar y la industria: (quesos, chocolates, turrone, secadoras industriales y modulares de hongos, equipos que extraen aceites esenciales, entre otros.

**Texal Salinas.** Es una empresa artesanal asociada a la Cooperativa Salinas y vinculada a la Hilandería; se dedica a la confección de suéteres, medias, bufandas, gorras, y más de hilo de lana de oveja, llama y alpaca. Es una actividad donde predomina el trabajo de la mujer. La teñida se realiza en lo posible a base de colorantes vegetales (ecotinte). En el anexo taller "Tejifino" se confecciona, con hilo más fino de la HIS, prendas livianas en máquinas.

**La Embutidora.** Empresa ligada a la ganadería. La planta procesadora de carne de cerdo se ubica en el centro de Salinas; produce jamones, salchichas, tocino, pernil, salame, etc. La materia prima proviene del criadero de FUNORSAL.

**La deshidratadora de Hongos Comestibles.** Perteneciente a la Fundación Grupo Juvenil Salinas, se aprovecha del hongo que crece espontáneamente asociado con las plantaciones de pino (se han sembrado millones de árboles en estos últimos años) y permiten la cosecha anual de decenas de toneladas de madera, precioso regalo de la naturaleza.

El uso de pequeños "hornos modulares" (a gas) ha permitido descentralizar el trabajo de secado en las comunidades del páramo, constituyendo para ellas una fuente notable de ingresos.

**Taller de Carpintería.** Procesa madera obtenida del subtropico y pinos de la zona alta, que a su vez transforma en ligeros y cómodos muebles, ventanas, camas, equipos de oficina de las organizaciones, escuelas, capillas, y más.

**Cerámica.** Utiliza el barro de la zona y de la provincia para la fabricación de los artículos.

**Turronera.** Se procesa la miel y el maní que se produce en la provincia, teniendo como resultado una apreciada variedad de dulces de confites (turrón).

**Fábrica de Mermelada.** Se dedica a elaborar y envasar frutas tropicales y serranas transformadas en mermeladas con sabores a mora, mortiño, piña, chamburo, etc.

**Chocolatería.** Procesa el cacao de la zona subtropical para producir pasta para exportación y chocolates para el consumo interno.

**Taller de Artesanías.** Dedicado a la confección de juguetes, utiliza madera que viene del subtropico y de los bosques exóticos (pinos) sembrados oportunamente y de semillas de tagua y nogal.

**Confección de botones.** Se fabrican a partir de las semillas de tagua y nogal que se adquieren de los campesinos de la parroquia y de la provincia.

**Panadería, molino, elaboración de fideos, galletas.** Microempresas comunitarias dedicadas a la producción de alimentos del consumo diario local.

**Granja Piscícola.** Actividad que permite abastecer a la población y a la provincia de alevines de trucha para la producción grupal y familiar, cerca de 200.000 truchas se crían permanentemente.

### **Consortios / Red de Productores**

Debido a la producción muy diversa, desde 1995, se crean 5 Consortios o Redes de Productores Comunitarios, con elemento común su línea productiva:

- a. Consorcio Quesero y de Carnícos: Que ya tiene una cobertura nacional, agrupa a 70 queseras (22 plantas son de Salinas) y 2 plantas de embutidos.
- b. Consorcio Comunitario Confiterías Comunitarias: Mermeladas, turrónes, galletas, chocolates. Se compone principalmente por grupos de mujeres. Ámbito provincial (15 plantas asociadas).

- c. Consorcio Artesanías Andinas: Hilo de lana de oveja y alpaca, tejidos, sirgas (bolsos típicos de Ecuador para transportar diferentes tipos de artículos), canastas (recipiente de mimbre con asas para transportar artículos), artesanías de tagua y madera. Igual la mayoría son mujeres. Ámbito provincial (40 grupos asociados)
- d. Consorcio Hongos Andinos: Hongos deshidratados, encurtidos Champiñones. El colectivo es mixto hombres y mujeres. Su ámbito es provincial (25 grupos asociados).
- e. Consorcio Animales Menores: Truchas, pollos, cerdos, caracoles. Agrupa a 150 familias. También de ámbito provincial, es la única red de productores donde los beneficiarios son familias, pasando siempre por el aval de la estructura organizativa.

El Gobierno Nacional y el Ministerio de Industrias y Productividad declaran a Salinas un proyecto piloto digno de aplicar en otras zonas en materia industrial y emprendimiento comunitario en el año 2009.

Fuente: El Estudio de las Empresas Comunitarias de Salinas de Bolívar Ecuador. Luis González, Coordinador: François Boucher.

Resumen: Responsabilidad Autor

### **Quebec, la ciudad más cooperativa del Norte**

El movimiento cooperativo de Quebec cuenta con más de 3.200 empresas cooperativas y 39 mutuales, a las que están adheridos más de 8.5 millones de miembros; genera 87.000 empleos y anualmente desarrollan negocios y operaciones por más de 22.000 millones de dólares canadienses; cuentan con 150.000 millones de dólares canadienses de activos de propiedad de sus asociados. Por el grado de penetración del sistema cooperativo en esta provincia alrededor del 75% de la población se halla adherida al sector.

#### **El Consejo quebequense de la cooperación y la mutualidad, CQCM**

Según Gervais Nadeau, Director de Comunicaciones de este Consejo, el cooperativismo en la provincia de Quebec juega un papel muy importante en el desarrollo socioeconómico de la sociedad, especialmente del campo y las zonas rurales. En su desarrollo ha tenido una participación significativa el denominado modelo Desjardins. En los últimos años el cooperativismo de Quebec conformó, a través del Consejo Quebequense de la Cooperación y la Mutualidad, (CQCM), una instancia de concertación, mediante la cual adelanta una importante labor de planeación del desarrollo cooperativo. En el 2003, adoptó el Plan de Desarrollo Cooperativo 2004-2007, que recogió una consulta a los distintos componentes sectoriales y regionales sobre sus logros y desafíos; se hizo una amplia discusión y reflexión en el seno del Consejo de la Cooperación de Quebec, (CCQ), dando como resultado la estructura del plan de desarrollo, que comprende seis tareas y retos comunes:

1. Desarrollo armónico;
2. Cambios demográficos, Relevo empresarial y relevo generacional;
3. Imagen, valores, percepción de la cooperación;
4. Capitalización y medidas de soporte para las cooperativas;
5. Investigación y desarrollo, e innovación;
6. Concertación y asociación.

El gobierno de Quebec participa activamente en apoyo del desarrollo de las cooperativas mediante la financiación parcial de la actividad que cumplen las Cooperativas de Desarrollo Regional, que son entidades administradas por el propio sector cooperativo y que se encargan del fomento y asistencia técnica en las distintas regiones, contribuyendo a la formación de nuevas

cooperativas y al fortalecimiento de aquellas que aún no se encuentran integradas a ninguna federación regional.

Se destacan también por ser nuevas formas asociativas las denominadas cooperativas de trabajadores accionistas, que son entidades que se conforman por los trabajadores de determinada empresa, en las que los propietarios abren la posibilidad para que éstos puedan participar como accionistas de la misma empresa. Así mismo, existen cooperativas que aglutinan a personas que prestan diferentes tipos de servicios a domicilio, como reparaciones locativas, oficios domésticos, jardinería, etc. Se destacan, igualmente las cooperativas escolares, las de personal paramédico, entre otras.

### **La Dirección de cooperativas, Ministerio de Desarrollo económico, de Innovación y de la Exportación**

Daniel Lepage, Consejero en desarrollo cooperativo se refiere a que las cooperativas de solidaridad, son una reciente modalidad que ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años y cuya característica principal es la diversidad de sus miembros, puesto que se puede encontrar simultáneamente consumidores, productores, trabajadores y entidades de apoyo.

El ejemplo más difundido de este tipo de cooperativas se encuentra en las pequeñas poblaciones del área rural más alejada de la provincia de Quebec, en donde la población ve la necesidad de organizarse conjuntamente para proveerse de los servicios que la empresa privada no encuentra rentable o atractivo la atención; se maneja por medio de la cooperativa estaciones de servicio (gasolineras), y también pequeñas tiendas con los víveres básicos.

El cooperativismo en Quebec representa aproximadamente un tercio del sector cooperativo de Canadá, y cerca del 50% de las nuevas cooperativas del país se crean en esta ciudad y su entorno. Una de las singularidades más importantes de Quebec es la diversidad en sus tipos de cooperativas, siendo por ejemplo la única provincia del país que cuenta con las modalidades de cooperativas de empleados accionistas (desde 1997) y las cooperativas de solidaridad.

Otro hecho destacable del cooperativismo quebequense es el apoyo decidido y organizado que el gobierno de la región provee al sector cooperativo, en contraposición a las otras regiones del país en donde no se ve un apoyo constante en este sentido.

A continuación se hace breve referencia de cada uno de los diferentes tipos de cooperativas de mayor difusión en esta importante provincia del país.

### **Cooperativas de consumo**

Las cooperativas de consumo brindan a sus miembros bienes y servicios para su uso personal y operan en los sectores relacionados con la alimentación, la vivienda, los bienes y servicios, útiles escolares, la distribución por cable y los servicios funerarios.

### **Cooperativas de productores**

Las cooperativas de productores a su turno agrupan a personas físicas y morales que se benefician de las ventajas económicas al suministrarse a través de la cooperativa de los bienes y los servicios necesarios para el ejercicio de su profesión o la explotación de su empresa.

### **Cooperativas de solidaridad**

Las cooperativas de solidaridad introducen una forma novedosa a través de la cual los miembros pueden pertenecer en diferentes categorías. Están presentes principalmente en los servicios de ayuda a domicilio, los servicios profesionales y empresariales y los servicios de proximidad (servicios a domicilio, jardinería; plomería, restaurantes) en medios rurales y semiurbanos.

### **Cooperativas de trabajo**

Las cooperativas de trabajo proponen una solución interesante a las personas interesadas en asumir la propiedad empresarial. En este tipo de cooperativas los miembros son a la vez propietarios y empleados, controlan y trabajan al mismo tiempo.

### **Cooperativas de trabajo accionario**

Una cooperativa accionaria de trabajadores recibe una parte de las acciones de la empresa por compensación del trabajo a sus miembros. Estas inversiones permiten a los empleados participar en el desenvolvimiento de la empresa. La relación entre la cooperativa y la empresa es habitualmente regida por una convención de accionistas, la que determina las reglas de juego para todos los asociados.

Fuente: Pineda Suárez Carlos Julio. El Movimiento Cooperativo Canadiense, ¿Es Modelo De Desarrollo Socioeconómico en la Era de la Globalización? V Encuentro de Investigadores Latinoamericanos de Cooperativismo Agosto 2008 – Ribeirao Preto, Sao Paulo, Brasil

Resumen: Responsabilidad Autor

## 2. La Economía Solidaria en el Ecuador.

Ha estado presente mucho tiempo atrás, el cooperativismo se incorpora a la vida económica del país desde el siglo XIX; las producciones solidarias bajo formas asociativas y solidarias, se inician y consolidan a partir de la segunda mitad del siglo pasado, varias de ellas se constituyen en sendos referentes del modelo alternativo con enormes proyecciones para el futuro.

Pese a que la Constitución de 1998 fue considerada neoliberal, la misma ya señalaba en el artículo 242, Título XII, que “La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios y a la propiedad de los medios de producción”<sup>97</sup>.

Asimismo se expresaba la obligatoriedad de eliminar la indigencia, superar la pobreza, reducir el desempleo y subempleo. Proponía que el desarrollo sea equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.

Para las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión se reconocían 5 formas: privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. Respecto a estas dos últimas se establecía que el Estado las promoverá, reconocerá, garantizará y regulará.

Sin embargo, después de 8 años de expedido este marco regulatorio, los resultados de ese mandato constitucional, fueron deficientes desde el punto de vista del apoyo gubernamental central y de los gobiernos locales, salvo contadas excepciones.

Ante este panorama, los actores nacionales del modelo alternativo han demostrado una fuerza interna para abrirse paso, al punto que las experiencias ecuatorianas han merecido reconocimientos internacionales.

Esta situación entre Gobierno y Economía Solidaria se modifica por la expedición de una Nueva Constitución, que enfrenta los problemas propios de un país en desarrollo, que exhibe todavía indicadores sociales y económicos deprimentes en pobreza, exclusión, educación, salud, vivienda, empleo y más.

La pobreza en Ecuador es resultado del modo de producción capitalista, y sus evidencias de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se observan en el Cuadro N°3. De esta manera, la pobreza

---

<sup>97</sup> Constitución 1998

calculada por ingresos nacional urbana-rural a diciembre de 2007 fue del 36.74 y a junio de 2008 bajó al 34.97%. Si bien existe un descenso, no es menos cierto que la crisis mundial nuevamente afectó a los pobres.

### Cuadro N° 3

#### La pobreza en Ecuador

Concepto/Años	2007* %	2008** %
Pobreza por ingresos Total	36.74	34.97
Pobreza por ingresos urbana	24.33	23.29
Pobreza por ingresos rural	61.34	57.96
Pobreza extrema por ingresos nacional	16.45	15.49
Pobreza extrema por ingresos urbana	7.94	7.60
Pobreza extrema por ingresos rural	33.34	31.01

\*Diciembre 2007, \*\* Junio 2008

Fuente: INEC. Ecuador cuenta con datos actualizados de la Evolución de Pobreza y Pobreza Extrema por ingresos. Boletín 008, Agosto 2008

Elaboración: Autor

Pero este estigma social en el campo es muy superior al que se presenta en las ciudades, las cifras diferenciadoras son elocuentes y más que duplican estas realidades, mientras la pobreza nacional urbana por ingresos registró en diciembre de 2007 el 24.33%, en junio de 2008 el 23.29%, la pobreza nacional rural por ingresos en diciembre de 2007 se situó en el 61.34%, junio de 2008 pasó a 57.96%.

Por último, en cuanto a la pobreza extrema por ingresos total en diciembre de 2007 era del 16.45% para junio de 2008 el índice se reduce al 15.49%. Analizadas las cifras separándolas ciudad y campo, la información establece que la pobreza extrema por ingresos nacional urbana en diciembre de 2007 fue del 7.94%, y a junio de 2008 el 7.60%, de otra parte,

la pobreza extrema por ingresos nacional rural reporta para diciembre del 2007 el 33.34% y a junio de 2008 el 31.01%.<sup>98</sup> Cifras nada satisfactorias, que obligan al mea culpa de todos los actores de la sociedad, en cuestionarse cual ha sido su contribución para paliarla o para agravarla.

## **2.1 Aspectos legales e institucionales a partir del 2008**

- **La Nueva Constitución, la Economía Solidaria**

El 28 de septiembre del 2008 se aprobó la Nueva Constitución para Ecuador, en el Capítulo Cuarto, artículo 283 dice “El sistema económico es social y solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza. El sistema económico se integrará por las formas de organización pública, privada, mixta, popular y solidaria. La economía popular y solidaria incluirá los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.<sup>99</sup>

Otros sectores de la Economía Solidaria también son tomados en cuenta, así el comercio justo está consagrado en los artículos 302, 334 y 394 para su aplicación y fomento. Las finanzas populares se mencionan en el artículo 377, y en el artículo 101 se dispone la elaboración de presupuestos participativos a todos los niveles de gobierno. Respecto a la propiedad, el artículo reconoce y amplía a de 5 a 7 formas de propiedad: pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta. Estas siempre deberán cumplir su función social y ambiental.

Con estos preceptos se confía que la sociedad organice con mayor celeridad empresas cooperativistas, empresas comunitarias, empresas de trabajadores o llamadas sociedades laborales, asociaciones, microempresas solidarias, entre otras, en concordancia a lo observado en la Primera Parte de este texto en otros países.

La norma está dada pero las conquistas en el país llegarán con sacrificio y superación y venciendo los obstáculos y adversidades propias de una sociedad excluyente en la que aún se conjugan rasgos de todos los modos de producción registrados por la humanidad.

Hay denuncias permanentes de prácticas de esclavitud infantil en el marco de que 660.000 niños y niñas que todavía se ven obligados y obligadas a trabajar al año 2009, reportándose ventas de infantes esclavos al exterior. Otra manera esclava es la explotación sexual mediante la prostitución

---

<sup>98</sup> INEC. Ecuador cuenta con datos actualizados de la Evolución de Pobreza y Pobreza Extrema por ingresos. Boletín 008, Agosto 2008.

<sup>99</sup> Constitución 2008

femenina de infantes, adolescentes y de mujeres adultas abandonadas en su mayoría. Rezagos de relaciones feudales aparecen en el trabajo agrícola, minero, y abusos propios de los inicios de la revolución industrial con horas de trabajo más allá de lo señalado por la Ley y mantenimiento de condiciones precarias en los locales de producción y en las relaciones trabajador-patrono.

- **La Institucionalidad en el Gobierno Central para la Economía Solidaria**

El Gobierno instaurado en el enero del año 2007, establece una Subsecretaría de Economía Social y Solidaria en el Ministerio de Economía y Finanzas, pero luego lo traslada al nuevo Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES, por considerar que en este Portafolio logrará cumplir de mejor manera su cometido, que es guiar y apuntalar los esfuerzos de los actores de una Economía Popular y Solidaria (EPS).

- **El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, IEPS**

Mediante Decreto Ejecutivo 1668, del 7 de abril del 2009, se crea el IEPS, a fin de que funcione desde el 1º de julio de este mismo año. Su misión fundamental es impulsar el crecimiento y la consolidación de esta alternativa.

Al Organismo creado se le responsabiliza de: ejecutar, proponer y promover políticas nacionales dispuestas para el desarrollo de la economía popular y solidaria, la vinculación de planes y programas gubernamentales para el fortalecimiento de este sector, estimular la cooperación entre instituciones del Estado y a todo nivel de la sociedad civil organizada, organizar e implementar proyectos relacionados al tema, financiar la organización y ejecución de proyectos que presenten las entidades que integran la economía popular y solidaria y promover el desarrollo organizacional de las diversas figuras asociativas que forman parte de la economía popular y solidaria.

Apoyará el funcionamiento de dicha economía para la participación en los mercados, propiciando relaciones directas entre productores y consumidores.

Promoverá la realización de estudios e investigaciones sobre el tema, elaborará estadísticas y establecerá un sistema de información sobre la Economía Popular y Solidaria y un Registro Nacional de las entidades que la conforman.

- **La Ley de la Economía Popular y Solidaria<sup>100</sup>**

A fin de consolidar al modelo alternativo y contando con la asesoría de Luis Coraggio, se prepara una Ley de Economía Popular y Solidaria bajo la responsabilidad varios Ministerios y que está en consulta pública.

Se diagnostica que esta economía de base fue comprendida por el Estado como apéndice al modelo de desarrollo convencional y, por tanto, como un añadido marginal de la economía de gran escala y de los grandes mercados en los que se definen las políticas nacionales. De esta falta de entendimiento, las Políticas Públicas fueron inadecuadas al no reconocer las características propias y la especificidad del modelo alternativo. En el caso de las políticas de créditos y microcréditos se demandan requisitos y garantías del prestatario que a la larga imposibilitaron el acceso al mismo y, por ende no se concretaron apoyos a las iniciativas financieras populares.

Falta de coordinación de las entidades del Sector Público con relación a los emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria.

Imposición de formas jurídicas formales como cooperativas, asociaciones a una economía con estructuras de organización y autoridad interna propia.

Ausencia de definición de una institucionalidad de control adecuada a los sectores de la Economía Popular y Solidaria.

Para establecer el ámbito de acción se define a la Economía Popular como el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales.

- **La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

Se persigue una nueva normativa bajo:

Marco Jurídico Diferenciado para esta Economía, que reconoce las diferentes iniciativas de producción, circulación, consumo y servicios (financieros y no financieros) populares y solidarias a través de normas que procuran flexibilidad en lo concerniente a requisitos de registro, legalización, organización interna, control, mecanismos de fomento y protección y la manera en que los actores y sectores de la Economía Popular Solidaria (EPS) se interrelacionan entre sí.

---

<sup>100</sup> Ministerio de Coordinación de la Política Económica. Economía Popular y Solidaria: Hacia la construcción de un nuevo modelo de desarrollo.

La Consolidación de un nuevo ente de Supervisión y Control: Se estructurará la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que promueva los mecanismos de autocontrol y auto regulación en base a incentivos, reconociendo las lógicas de operación de las finanzas populares y de los demás actores de esta economía.

### Relaciones entre la Economía Popular, la Economía Solidaria hasta llegar a la Economía Popular y Solidaria

Partiendo de que no toda manifestación de economía popular es solidaria, ni que toda manifestación solidaria es popular, se deja sentado las siguientes consideraciones:

La Economía Popular es la existente en los sectores populares, es fragmentaria y subordinada al sector empresarial privado y al Sector Público.

Además, la Economía Solidaria indica la voluntad de construir su modelo, sobre la base de la Economía Popular y de la Economía Pública, con generación de tejido social.

Finalmente, la Economía Popular y Solidaria se incorporará a la Economía Solidaria como un movimiento de superación y de organización de las relaciones socioeconómicas, para considerarse una estrategia contra el desempleo y la pobreza.

#### • **La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria**<sup>101</sup>

Este cuerpo legal se aprueba en febrero del 2008, por la Comisión Legislativa y de Fiscalización, contiene 5 títulos, 35 artículos y dos disposiciones transitorias. El contenido se vincula al mandato que consta en la Constitución 2008.

En el primer artículo se lee la esencia de la Ley y es el fomento a la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares y de la pesca artesanal así como microempresa y artesanía; respetando y protegiendo la agrobiodiversidad, los conocimientos y formas de producción

---

<sup>101</sup> En la Agenda Agraria de las Organizaciones del Campo del Ecuador del año 2003, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador Conaie (Ecuadorunari), Confederación Nacional del Seguro Social Campesino Confeunassc y LA Federación Nacional de organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras Fenocin, plantearon que la recuperación del campo debía pasar por garantizar la Soberanía Alimentaria y la protección de las semillas a través de sus respectivas leyes.

tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental.

Para cumplir estos mandatos se recurrirá a la responsabilidad del Estado a través de los deberes que tiene que cumplir la soberanía, se estipula el acceso a los factores de la producción alimentaria como el agua y la tierra.

Se protege la agrobiodiversidad y las semillas. También se fomenta la producción y la comercialización agroalimentaria así como a la pesquera y acuícola. En el campo del acceso al capital e incentivos se contempla la implantación de seguros y subsidios agroalimentarios.

Aspecto primordial es el combate a la desnutrición y malnutrición, pero promoviendo el consumo de la producción nacional.

Para elaborar las leyes y la formulación e implementación de las políticas públicas que se requieran se contarán con la más amplia participación social, a través de procesos de deliberación pública promovidos por el Estado y por la sociedad civil, articulados por el Sistema de Soberanía Alimentaria y Nutricional (SISAN), en los distintos niveles de Gobierno.

Se instituye la Conferencia Nacional de Soberanía Alimentaria con 8 representantes de la sociedad civil, como un espacio de debate, deliberación y generación de propuestas en esta materia.

## **2.2 Los sectores de la Economía Solidaria a principios del Siglo XXI.**

- **Inventario del MESSE.**

Con la información recabada en el inventario del Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador MESSE, cuyos resultados se publicaron en febrero del año 2009, se inicia el repaso de los actores de la Economía Solidaria.

En este documento, se establecen conclusiones significativamente elocuentes, se demuestra el pleno funcionamiento de numerosos sectores ya establecidos que se crearon y desarrollaron sin apoyos gubernamentales o muy insignificantes, similares a los anotados en el Punto 1.

La investigación forma parte de un claro manifiesto del MESSE para emprender el proceso de construcción teórica de la Economía Solidaria a partir de las experiencias que existen a lo largo del país, y caminar hacia un

nuevo modelo de desarrollo que garantice una vida digna a los ecuatorianos, al amparo de la nueva Constitución.<sup>102</sup>

El inventario permitió caracterizar a 22 organizaciones y 24 instituciones de carácter privado (ONGs), como integrantes del MESSE, distribuidas como se observa a continuación:

#### Cuadro N° 4

##### Integrantes del MESSE por Zonas del Ecuador

Zonas	Organizaciones	Instituciones	Total
Norte	2	13	15
Centro	18	8	26
Sur	2	3	5
Total	22	24	46

Fuente: Caracterización e Identificación de Experiencias de Economía Solidaria en los ámbitos de Producción, Distribución y Consumo de Bienes y Servicios. Informe Nacional. Catalina González. Febrero 2009

Elaboración: Autor

De acuerdo a su ubicación geográfica en todo el país, el Informe señala las siguientes conclusiones:

En el sector Norte: Las instituciones identificadas tienen vínculos con organizaciones de base mediante proyectos de cobertura provincial, y en varios casos nacional, encaminados a lograr un desarrollo integral y sostenible con el apoyo a la producción agroecológica, la comercialización asociativa y directa, la organización de consumidores; se impulsan procesos de formación para el fortalecimiento organizativo e institucional, se buscan mecanismos de información y se fomentan espacios de reflexión crítica y de incidencia.

---

<sup>102</sup> González Catalina. Caracterización e Identificación de Experiencias de Economía Solidaria en los ámbitos de Producción, Distribución y Consumo De Bienes y Servicios. Informe Nacional. Febrero 2009

En el sector Centro: Las organizaciones son principalmente del área rural, con población indígena, que realizan agroecología; esta actividad es la más representativa entre la diversidad de iniciativas. Se mantienen prácticas solidarias en la producción, se comparte el trabajo, semillas, saberes; se utiliza tecnología propia y se asocian para la comercialización directa.

En el Sector Sur: Existe una gran diversidad de iniciativas, pero destacan por su número las que se dedican a la agroecología y procesamiento de alimentos, que buscan la comercialización asociativa y directa al consumidor, además de servicios financieros.

La producción agroecológica tiene un fuerte atractivo para las organizaciones, lo que da la medida del interés de los sectores populares, productores y con menor fuerza los consumidores, por la seguridad alimentaria, como respuesta al alto costo y baja calidad de los alimentos. Las relaciones y nexos que han surgido entre las organizaciones, la búsqueda de mayor acceso a la información, el mayor conocimiento sobre las consecuencias de los agrotóxicos en la salud, han generado mayores niveles de conciencia en los productores/as dando lugar a su protagonismo en los procesos de cambio que vive el país.

Las experiencias de finanzas populares (cooperativas de ahorro y crédito y cajas solidarias), se han concebido en base a la confianza mutua y como alternativa para enfrentar las múltiples necesidades cotidianas y las barreras de acceso impuestas por el sistema financiero formal.

En términos generales las conclusiones son:

Las organizaciones participantes en el MESSE y las identificadas como posibles integrantes, tienen una gran diversidad de experiencias de economía solidaria: producción agropecuaria y artesanal, alimentos procesados, distribución de la producción (canastas), comercialización asociativa y directa (ferias), finanzas populares (cooperativas de ahorro y crédito y cajas solidarias), servicios alternativos (salud, educación y comunicación), entre otras. Hay experiencias que podrían ser casos aislados, pero son de gran importancia por su visión innovadora, como el uso de energía alternativa, o reciclaje de desechos.

De las experiencias recogidas en el estudio se encuentran formas de Economía Popular que no necesariamente se basan en los principios de la Economía Solidaria; son iniciativas innovadoras, generalmente individuales-familiares, con fines de lucro y acumulación, que surgen sobre la base de la visión empresarial que desarrollan. Esta condición particular enfrenta al MESSE con la necesidad de definir la Economía Solidaria y diferenciar los límites entre ésta y la Economía Popular. Ya que la interrogante que se realiza es si ¿toda iniciativa económica popular es solidaria?, puesto que

muchas de ellas se orientan bajo el concepto de la autogestión particular y no comunitarias.

El ejemplo más claro es la llamada canasta solidaria, que es la organización de productos de primera necesidad, y que se los comercializa a gente de bajos recursos a un precio muy atractivo frente a una compra individualizada. Pero los productos que la componen son fabricados por las grandes empresas capitalistas, no se escoge si los productos son de producciones solidarias o de organizaciones del comercio justo, únicamente es válido el ahorro que tiene el comprador. De esta manera, todavía no se puede manifestar que se practica una comercialización solidaria.

En la mayoría las organizaciones, analizadas por el MESSE, se encuentran a pequeños productores -familias, grupos de mujeres y mixtos, asociaciones, cooperativas, comunidades. Además, cuenta con organizaciones de segundo y tercer grado, y que varias funcionan en redes.

- **Producción Solidaria.**

La producción en el marco de la Economía Solidaria se identifica con el sector agrícola de alimentos, productos agroindustriales alimenticios y de higiene para el hombre, productos industriales, artesanías, turismo comunitario y servicios financieros, educativos.

No se puede diferenciar a la producción solidaria y al Comercio Justo en el Ecuador, están muy unidos. El Comercio Justo solamente distribuye productos que cumplen las normas del movimiento, caso contrario sería una transacción común más. Los productores y sus productos se analizan en el numeral 2.3 con mayor detenimiento.

- **Comercio Justo en el país y las transacciones hacia el exterior.**

Del Directorio de la Dignidad<sup>103</sup>, preparado por una ONG, se extraen una nómina considerable de producción solidaria y comercio justo exportable. En el Anexo N° 1, se presentan a 16 entidades con sus producciones, las mismas que realizan estas tareas con gran proyección económica y social.

Merece transcribirse las palabras introductorias contempladas en este Directorio.

“El Comercio Justo en el mundo, en los últimos años, ha tendido a crecer y fortalecerse. Lo cual ha beneficiado a los productores de los países del hemisferio sur, que han visto en este sistema un importante canal de salida

---

<sup>103</sup> Fundación FEDA. Directorio de la Dignidad. 2008. Auspicio de UNCUE, Castilla La Mancha, consumidores.coop. España

para su trabajo cotidiano, no obstante solo los grandes y muy organizados llegan a ver sus sueños cumplidos, por esta razón se están haciendo esfuerzos para que los pequeños productores (también con grandes necesidades de ayuda) reciban los beneficios de la filosofía que fundamenta el Comercio Justo.

Continúa señalando que: al prácticamente no existir en Ecuador una política de Estado, a la fecha del levantamiento de la información para el Directorio, que apoye el proceso del Comercio Justo, la única información censal disponible obedece a un pequeño grupo de ONG's que trabajan o han trabajado en el área. No habiendo suficiente información actual fidedigna se acudió a recopilarla de manera directa de los Municipios y productores o de las organizaciones agremiadas.

Para ser presentados en este Directorio se ha procurado elegir a los productores más idóneos y apegados a los principios del Comercio Justo, no obstante cabe mencionar que muchos no cuentan con certificaciones, pero su intención es de realizar el proceso para obtenerlas, por lo tanto la confianza que cada uno de ellos genere a través de la demostración de los citados principios a los importadores, será importante para comenzar la relación comercial.

Este Directorio no es exhaustivo pero constituye una buena base para conocer la oferta exportable de productos ecuatorianos.

Los datos contenidos han sido colocados tal como fueron suministrados por las empresas y/o organizaciones beneficiarias. Esta información trata de facilitar que los productores ecuatorianos sean estos cooperativistas o no, alcancen las redes de comercio justo en el exterior.”

De otro lado, las cifras de ventas externas de comercio justo que se detallan a continuación corresponden a la información que manejan comercializadoras importantes como son: Camari y Maquita Cushunchic o Comercializando como Hermanos MCCH.

Para estas dos organizaciones, el Comercio Justo ecuatoriano de exportación, en los tres últimos años ha crecido de una manera impresionante así: en el año 2005 el valor exportado era de US\$ 16 millones, en el 2006 de US \$ 25 millones y en el 2007 de US\$ 30 millones, en especial a países europeos.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Marcillo César y Acosta César. El Comercio Justo desde Ecuador a España: Creación de la Empresa Nacional para esta Comercialización Internacional Alternativa. UTE 2008.

Si bien las cifras señaladas son muy reducidas frente al total exportado por el Ecuador, el crecimiento y el impacto socioeconómico en las comunidades beneficiarias son muy altos. Esto motiva a que varios actores del comercio convencional se fijan en este comportamiento creciente, lo mismo que sucede en el resto del mundo. Prevén los ejecutores, que las ventas externas de Comercio Justo ecuatoriano se constituyan en un gran soporte para la economía nacional en pocos años más.

- **Finanzas Éticas y Solidarias y Microfinanzas**

Experiencias de Finanzas Éticas y Solidarias de acuerdo a los conceptos básicos señalados a lo largo del Punto 1, son muy reducidas en el Ecuador, salvo las experiencias de la Red Grameen, capítulo Ecuador, que se resume en Recuadro N° 10.

Otras organizaciones microfinancieras son fondos con diversos grados de acercamiento a la ética y a la solidaridad, que en gran medida han sido motivo de profundas críticas, en especial por el costo financiero que aplican en sus operaciones crediticias. Todavía están distantes para ser consideradas finanzas éticas y solidarias.

Sin embargo, como se plantea varias veces en este texto, la perfección en la aplicación de los conceptos es mala consejera, y más bien se procura que las organizaciones existentes vayan puliendo su accionar, no se las denigre o se las trate de eliminar.

En este contexto, el programa del Banco Nacional de Fomento, denominado 5-5-5, que significa, un crédito de US\$ 5.000 como tope, una tasa de interés anual del 5% y un plazo de hasta 5 años, no toma en cuenta a la asociatividad y solidaridad como ejes básicos, ya que los préstamos concedidos son en su mayoría unipersonales. No promueve con intensidad la consolidación de grupos de productores, la creación de empresas de trabajadores, de organizaciones comunitarias, tampoco incorpora evaluaciones del impacto ex post de los créditos concedidos en el bienestar de los prestatarios y de sus familias, así como el cumplimiento de los principios y valores de la Economía Solidaria. Son preferidos más bien quienes cumplen con las directrices de la banca convencional.

A pesar de críticas que soportan las microfinanzas del Ecuador, se procede a describirlas ya que se considera merecen analizarse con libertad de criterio. De acuerdo a una de las ponencias presentadas en el IX Foro Interamericano de la Microempresa, realizado en Quito<sup>105</sup> se establece que, de acuerdo a los investigadores auspiciados por el Banco Interamericano de

---

<sup>105</sup>USAID Proyecto SALTO. Ecuador: Moviendo Fronteras en Microfinanzas. Preparada por Development Alternatives Inc. Septiembre 2006.

Desarrollo, (BID), el desempeño de la microfinanzas es positivo y que las experiencias cada vez se amplían tanto en número de entidades como en volúmenes de operaciones.

El servicio de microfinanzas tiene tres componentes en el país:

- 1) El Sistema Financiero Regulado compuesto por bancos, cooperativas de ahorro y crédito regulados, sociedades financieras y mutualistas, la organización financiera pública corresponde a las entidades reguladas en estos últimos años se hace presente con el servicio de microfinanzas por parte de dos instituciones: La Corporación Financiera Nacional CFN y el Banco Nacional de Fomento, BNF.
- 2) El Grupo de Instituciones no Reguladas está formado por Organizaciones No Gubernamentales ONG's y Cooperativas de Ahorro y Crédito no Reguladas.
- 3) Las organizaciones financieras de hecho, que básicamente son estructuras financieras locales cerradas, como cajas comunales, cajas rurales, sociedades populares de inversión. Al año 2006, se estimaban en 500 organizaciones, pero con un alto nivel de crecimiento.<sup>106</sup>

El mercado de microfinanzas de acuerdo a este análisis ha observado una dinamia extraordinaria, basta señalar los siguientes indicadores: Con los datos a junio del 2006, la cartera crece en el sector financiero total al 23,95% anual y el sector microfinanciero regulado avanza al 46.95% y el sector microfinanciero no regulado fue del 28,03%. Los clientes de este sector pasan entre entidades reguladas y no reguladas de 416.693 a 659.509.

De esta manera, las entidades financieras atienden al sector urbano y otras enteramente se dedican al sector rural, el criterio de género es considerado, pero no es obligatoriedad en el sistema.

Una última iniciativa, que se podría cristalizar es próximamente la creación del Banco del Afiliado con los recursos de la Seguridad Social ecuatoriana y que menciona apoyará las actividades microempresariales.

Estas microfinanzas han crecido de una manera vertiginosa a partir del año 2001, tanto en número como en volumen de operaciones. Datos del Informe de la Red Salto mencionado, señalaban que en el año 2005, las entidades de microcrédito eran 113 y se considera que para el 2008, superan las 130, tanto de las reguladas como de las no reguladas. Las primeras en un

---

<sup>106</sup> Superintendencia de Bancos y Seguros y Red Financiera Rural. Presentación y Análisis de Microfinanzas del Ecuador. Junio 2006.

número de 59 representaban el 52,2%, mientras las no reguladas con 54 entidades participaban con el 47,8%.

Así mismo, las operaciones de crédito que eran de US \$ 816 millones fácilmente superan en el 2008, los US \$ 1.000 millones. Pero en este caso, las operaciones de las reguladas significaban el 80,8% de las transacciones totales, mientras que las no reguladas eran del 19,2%.

Una crítica muy acendrada a las prácticas de entrega del microcrédito en Ecuador se encuentra en Microcrédito la Industria de la Pobreza, que manifiesta que luego del gran ejemplo del Banco Grameen, han transcurrido 30 años y que la idea y los objetivos de las microfinanzas se han prostituido, por las tasas irracionales de usura que los bancos están cobrando<sup>107</sup>. Considera que son los organismos financieros los que se enriquecen a costa de los pobres y, que no existe un sentido de solidaridad para combatir la pobreza.

Sus aseveraciones están reforzadas al revisar que las tasas de microcrédito de hasta US \$ 3.000, que fija el Banco Central del Ecuador registra el 48.2% anual al 2008, pero reduce al 33.9% anual al 2009, los operadores de bancos comunales manifiestan que con este segundo nivel no podrán entregar los créditos, porque consideran que es muy bajo para cubrir sus gastos operativos. Los volúmenes de estos microcréditos comunales alcanzan cifras cercanas a los US \$ 1.4 millones anuales.

La controversia, por tanto, es sobre la importancia entre el acceso al crédito o el costo del mismo. No es fácil inclinarse por uno u otro criterio, ya en Ecuador como en la mayoría de países pobres, los chulqueros (prestamistas irregulares) hacen de las suyas, cobrando tasas de interés que superan fácilmente el 10% mensual.<sup>108</sup> Corresponde a los gobiernos central y local y las iniciativas comunales combatir esta situación, con la inclusión en el desarrollo local de nuevas formas para la ampliación de la oferta crediticia para los más necesitados.

- **Pasar de la defensa del consumidor al consumo responsable.**

Según varios autores<sup>109</sup> vinculados a la temática del consumo y su impacto en la economía y la sociedad nacional se desprende que la situación de los consumidores/as en el Ecuador ha experimentado un cambio en las últimas décadas, especialmente a partir de los años 1970, cuando se pasó de una sociedad fundamentalmente agraria a una más urbana.

---

<sup>107</sup>Torres Rodríguez Luis. Microcrédito la Industria de la Pobreza. Fundación Avanzar. Septiembre 2006.

<sup>108</sup> Estudios empíricos establecen que en Ecuador y Colombia existen redes de agiotistas que cobran en forma diaria los créditos y exigen el 1% igualmente diario. La tasa anual estimada es de un 240%.

<sup>109</sup>Baldeón Batallas Miriam, Chamorro Cabrera Wilma Carola, Luna Acosta Carlos, Muñoz Navea Isabel y Troya Rodríguez María José. Derechos de los Consumidores.

Debido a los grandes desplazamientos del campo a la ciudad, se generaron radicales modificaciones en los hábitos de consumo de amplios sectores de la población, los que abandonaron las tradicionales estrategias de autoabastecimiento, estableciéndose muy claramente la diferencia entre productores y consumidores.

Uno de los aspectos de significativa ponderación se refiere al tratamiento del consumo como materia educativa, recomendándose la necesidad de incorporar la variable "Consumo" en la enseñanza - aprendizaje formal en función de los derechos nacionales y universales del consumidor.

Esta materia debe dictarse en los diversos niveles: educación básica, bachillerato, pos bachillerato, técnico, tecnológico y superior como uno de los ejes centrales que cruzan el sistema, para generar saberes, valores y prácticas que permitan alcanzar una sociedad democrática, competitiva y equitativa, entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.

El desarrollo de la inteligencia, del pensamiento crítico, de la comprensión de los fenómenos sociales, de valores para la convivencia colectiva y la creatividad se consideran los pilares de la nueva dinámica educativa, lo que permitirá el respeto a la diversidad cultural, a los valores sociales y ambientales.

Se tenderá, en el ámbito de la Educación Superior a la investigación científica y el desarrollo tecnológico en las diversas áreas del consumo, a la profesionalización de expertos en estas especialidades y a la difusión del conocimiento, para lograr una conciencia ciudadana satisfecha de vivir en sociedad y en Ecuador. Con la inclusión de esta materia, en los planes microcurriculares, se busca una mentalidad reflexiva de la persona respecto a la incidencia del criterio en la libertad de elegir sus consumos y sus consecuencias económicas y sociales.

Pero, todavía en el país, no se vislumbra un movimiento fuerte que concienzamente en el objetivo fundamental de tener un consumidor ético, ecológico y responsable. Los esfuerzos son aislados, ya que lo que se privilegia es la defensa del consumidor más no la capacitación para cambiar la mentalidad del mismo y hacerle un sujeto proactivo en el consumo diferenciado del que actualmente lo realiza.

El nuevo consumidor protegerá su salud adquiriendo productos orgánicos, defendiendo al medioambiente de la depredación de los recursos naturales y de las especies en peligro de extinción sean animales o plantas, el apoyo con la compra especializada a los grupos productores y comercializadores de menores recursos.

No se conocen en Ecuador formas de capacitación masivas para concienciar y formar consumidores ecologistas de la manera que ya operan en Europa y otros países del Norte.

- **Desarrollo Local y Presupuestos Participativos.**

Por el gran impacto que el Desarrollo Local genera en la sociedad y ahora en la ecuatoriana, la Constitución 2008, en el artículo 101 como ya se registró, establece: En todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en dichas instancias se ejerce para:

1. Elaborar planes y políticas nacionales, locales y sectoriales entre los gobiernos y la ciudadanía.
2. Mejorar la calidad de la inversión pública.
3. Elaborar presupuestos participativos de los gobiernos
4. Promover la formación ciudadana.

Para el ejercicio de esta participación se organizarán audiencias públicas, veedurías (grupos organizados por personas elegidas por la comunidad o que se constituyen libremente para ejercer el control social), asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios y las demás instancias que promueva la ciudadanía.

Sobre esta base se considera que todos los municipios y consejos provinciales aplicarán el presupuesto participativo desde el año 2010.

En el reciente pasado eran relativamente pocos los gobiernos locales ecuatorianos que practicaban acciones vinculadas a la solidaridad y la participación ciudadana mediante la elaboración de los presupuestos municipales en forma participativa y solidaria.

Varios municipios ecuatorianos que han aplicado los presupuestos participativos tienen expuestos sus logros en foros y presentaciones audiovisuales en la red<sup>110</sup> como: Archidona, Cascales, Colta, Cuenca, El Panguí, Francisco de Orellana, Ibarra, Montúfar, Morona, Nabón, Pindal, Quijos, Sucre, San Vicente, Sigchos, Sucúa, Suscal, Taisha, a esta lista se agregan los cantones Cotacachi, Loja y otros más.

---

<sup>110</sup> CARE. Ecuador .Experiencias de Presupuestos Participativos en Ecuador.

Como ya se estableció en el Numeral 1.4, el Presupuesto Participativo abre el diálogo y la toma de decisiones entre el Municipio y la ciudadanía sobre la repartición del gasto público. De esta manera, la ciudadanía y el Municipio explican, escuchan, comprenden la situación de los diferentes actores sociales y públicos locales, para finalmente proponer y decidir sobre obras y proyectos que permitan impulsar el desarrollo local de todo el Cantón.

En el Recuadro N° 11 aparecen las características y breve historial del primer presupuesto participativo aplicado en el país.<sup>111</sup>

- **El Gobierno Nacional y las compras públicas**

El Gobierno Nacional incentiva para que las microempresas vendan sus productos y servicios a las entidades estatales y de esta manera no se concentren las transacciones únicamente en las medianas y grandes empresas a través de las compras públicas. De conformidad al Instituto Nacional de Compras Públicas INCOP, la participación de las microempresas en estas operaciones comerciales llega al más del 50%, que es la relación de US \$ 555.5 millones frente a US \$ 1.089 millones de la totalidad según un registro de abril del 2009.

Destaca el mismo Instituto en US \$ 5.000 millones las compras totales del Sector Público en promedio para el período 2005 al 2008, pero proyecta una cifra de US \$ 8.000 millones para el 2009 y siguientes. Por lo expuesto, las compras públicas en Ecuador y en el mundo se convierten de hecho en una política estratégica para mejorar la distribución del ingreso siempre que estos procesos sean ejecutados transparentemente.

Mas la inquietud de este sector microempresarial son los precios fijados por el Gobierno para una determinada transacción. Los microempresarios deben reducir sus expectativas en la utilidad hasta un mínimo para competir con las medianas y grandes empresas, las ganancias son ínfimas, por lo que el gran ganador es el Estado. La Economía Solidaria en este contexto defiende el precio justo, y una competencia entre desiguales origina desigualdad en los réditos. Las normas se emiten sin considerar que unas empresas tienen economías de gran escala que les permite ofertar en mejores condiciones de precio, volumen, oportunidad de entrega y aceptar plazos de pagos diferentes a las empresas de pequeña escala.

Vincular precio justo con precio bajo, ya se anotó siempre estará en las discusiones reales, teóricas y legales. Quien beneficia a quien, podría ser una pregunta para que se de respuesta a través de leyes y reglamentos. Una clara contradicción es obligar a que se transen los productos agrícolas

---

<sup>111</sup> [www.cotacachi.gov.ec](http://www.cotacachi.gov.ec) Cotacachi municipio transparente y participativo.

a precios reducidos para que la población urbana goce del subsidio del trabajo del campo, viene a colación, como ejemplo de desigualdad.

- **Sector Externo: Las ONG´s internacionales.**

En formas variadas las organizaciones no gubernamentales contribuyen a las actividades de la Economía Solidaria en el Ecuador. Unas aparecen trabajando hombro a hombro, otras financiando proyectos específicos y últimamente agrupando a los actores en foros especializados.

Mencionar a todas las que operan en este campo es bastante complejo, pero a manera de conocimiento conviene señalar a CARE Ecuador, USAID, IBIS de Dinamarca, Ayuda Popular Noruega, GTZ con proyectos de Comercio Justo. Una muestra de apoyo al conocimiento de la Economía Solidaria efectuó en Quito. La Fundación Friedrich Ebert – ILDIS, auspició el evento Sistematización del Foro “Economía Social y Solidaria: Institucionalización” en la ciudad de Quito, en abril del 2009. Entre las recomendaciones se recalcó la necesidad de difundir el modelo alternativo y convocar a un mayor número de representantes e investigadores a este tipo de encuentros

- **Los organismos internacionales en Ecuador**

Por el lado de los organismos no se presenta una acción concertada a favor de los sectores de la Economía Solidaria, pero sus acciones de alguna manera se han entrecruzado con el propósito de acudir en apoyo de los grupos vulnerables de la sociedad.

Las actividades del Banco Interamericano de Desarrollo BID, están signadas con mayor acento en el microcrédito y por ende en el microempresario. El Banco Mundial considera que la pobreza debe reducirse y sus programas en Ecuador tuvieron ese objetivo como el préstamo de US \$ 60 millones concedido en el año 2006 para fortalecer el actual programa de transferencias en efectivo en el marco del Bono de Desarrollo Humano con el cual se busca proteger a las familias pobres e impulsar inversiones en capital humano. Anteriormente se describió el patrocinio del PNUD al funcionamiento de las Agencias de Desarrollo en las Fronteras. Son las entidades de mayor trascendencia.

### **2.3 Los ejes transversales en el Ecuador**

- **Productores solidarios**

Conforme al modelo económico la producción solidaria tiene un rasgo diferenciador que es la agrupación en conglomerados denominados pueblos solidarios, como los que se ejemplifican.

Las comunidades que identificadas se destacan por incorporar principios solidarios, aunque no alcanzan todavía la intensidad establecida por la Economía Solidaria, en las producciones y las formas de comercialización.

El ejemplo más destacado es el Salinas de Bolívar y el Grupo Salinerito, que en Recuadro N° 8 anterior, se observó su trayectoria reconocida nacional e internacionalmente.

Salinas de Imbabura, otra parroquia productora de sal en la serranía ecuatoriana, también se destaca por un cambio dramático luego de aplicar la participación ciudadana. Esta población de gran mayoría negra prioriza sus actividades de acuerdo a su cultura. Aprobó el Plan Turístico al año 2020 y en poco tiempo atrae 300 turistas semanales que disfrutan del turismo comunitario y solidario.

Otros ejemplos de producciones de bienes y servicios en comunidad con diversos niveles de solidaridad constituyen: Otavalo, Atuntaqui, Cotacachi, Pelileo, Quisapincha, Jipijapa, Pujilí, Chordeleg, Baños, Colta, entre los más destacados.

Las coincidencias es que estos pueblos se han agrupado para que su producción se pueda vender en el país y en el mundo en forma de unidad y, no solamente como empresas individuales. Ya se los identifica como pueblos productores, y los productos de mayor reconocimiento mundial son los ponchos y otras vestimentas textiles otavaleños (del pueblo indígena ecuatoriano), los sombreros de paja toquilla, erróneamente llamados de Panamá, los quesos de Bolívar con premios internacionales, las confecciones de Atuntaqui, Pelileo, artículos de cuero de Cotacachi, las joyas de Chordeleg, y más.

Estimación a resaltar es la que informa sobre los 100.000 voluntarios que trabajan en el país aportando 22.500.000 horas de producción, calculadas a un precio no remunerado de la hora promedio de US \$ 3.11 significa unos US \$ 70 millones de generación de riqueza.<sup>112</sup>

- **Fundaciones Ejecutoras**

De igual manera, en este ámbito se han desarrollado Organizaciones sin fines de lucro, de las cuales se relatan tres experiencias a fin de dimensionar la trayectoria del Comercio Justo, pero no significa excluir a otras experiencias vigentes en el país.

---

<sup>112</sup> Estos datos se recogieron del panel sobre El trabajo en la Economía Solidaria, el voluntariado en relación con el mundo laboral del Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. Varios expositores, Mesa N° 2.

**Maquita Cushunchic** Comercializando como Hermanos realiza actividades de producción y exportación a través del Comercio Justo. Exporta varios productos entre ellos: alimentos, artesanías, muebles, y más.

El 24 de marzo de 1985 nace esta experiencia de comercio alternativo, es decir cumple 24 años de actividades de enlazar a consumidores de escasos recursos con productores del campo.<sup>113</sup> En 1989 se reconoce al movimiento como Fundación. La directiva de esa época se constituía con participantes de 18 provincias del Ecuador.

El modelo organizativo de MCCH establece la Asamblea Nacional con 400 Organizaciones de base que la integran y realizan actividades colectivas de comercialización, formación y empoderamiento.

Tiene dos grandes áreas básicas: Comercial y Social.

El Area Social permite que las personas busquen su empoderamiento y mejora de capacidades para hacer y decidir por si mismas. Este nivel de autogestión se promueve a través de la Escuela de Socioeconomía Solidaria.

Los resultados del Área Comercial se fincan en el Grupo Corporativo Maquita, el mismo que sigue una política de calidad bajo los principios del Comercio Justo. Para facilitar la inversión en producción y comercialización la MCCH tiene un Programa de Crédito que incluye capacitación, y asesoría permanente para garantizar la rentabilidad del mismo.

Las empresas son: Agroexportadora Maquita, Alimentos Agroindustriales Maquita, Artesanías Maquita, Comercializadora de Productos Básicos Maquita, Operadora de Turismo Maquita Cushunchic.

También esta entre sus prioridades el fortalecimiento de redes comerciales en lo nacional e internacional y de allí que a principios de 1991, organiza el Primer Encuentro Latinoamericano sobre Comercialización Comunitaria con la presencia de 11 países latinoamericanos. Nace de esta unión la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC. Esta Red se relaciona con la red mundial IFAT.

Las tiendas venden en el país US \$ 1.7 millones anuales en alimentos. Mientras las transacciones internas y externas de artesanías alcanzan US \$ 176.000. Pero es en el cacao en grano que MCCH despunta con ventas externas de US \$ 14 millones, a esta suma se agrega US \$ 585.000 en

---

<sup>113</sup> Mazón Graziano. 20 años de Utopías en el mundo de Goliat. La experiencia de MCCH. Editorial El Conejo. 2006.

otros productos alimenticios y agroindustriales. Actualmente, dispone de una importante procesadora de este grano.

El turismo comunitario aporta con US \$ 54.000. La facturación al año 2004 ya alcanzaba US \$ 16.8 millones.

**La Fundación Sinchi Sacha (Selva poderosa)** es una institución no gubernamental que aporta de manera estratégica al desarrollo sustentable del Ecuador. Creada el 27 de diciembre 1991, como una institución privada y sin fines de lucro, mediante Acuerdo Ministerial No. 02671, del Ministerio de Bienestar Social.

Ya, es reconocida a nivel nacional y por su propia declaratoria establecida en la Misión se especializa en el fomento del ecoturismo, el Comercio Justo artesanal, la educación y planificación participativa, la restauración del patrimonio natural e histórico, la generación de ingresos para la población de escasos recursos, el aporte al desarrollo sustentable, el uso adecuado de los recursos naturales y en definitiva persigue la superación de la pobreza.

Para llevar adelante estas actividades Sinchi Sacha construyó y puso en funcionamiento el Museo Mindalae ubicado en Quito, que brinda beneficios directos a más de 300 artesanos y artesanas de todas las regiones del país, bajo la filosofía del Comercio Justo.

En 1981, nace **Camari** como complemento de la acción del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio FEPP, para enfrentar el problema de la comercialización agropecuaria y artesanal de pequeños productores y porque había entendido claramente que producir más vía crédito, capacitación y asistencia técnica no era suficiente si no enfrentaba con éxito el "cuello de botella" que significaba la comercialización. Para los pequeños productores, la comercialización de sus productos ha sido el principal problema del proceso productivo. Los comerciantes, intermediarios, prestamistas, transportistas son los que más se aprovecharon de su posición de inferioridad.

Camari en su trayectoria de vida para revertir estas adversas condiciones, ha registrado tres fases:

De arranque, va desde su nacimiento en 1981 hasta 1986, caracterizada por una fuerte visión social, enfocada a la comercialización artesanal en el ámbito nacional.

De avance empresarial y de apertura al mercado internacional con productos artesanales y agrícolas, en el período 1987 al 1990.

De consolidación, de 1991 en adelante, con un equilibrio entre lo empresarial y lo social con énfasis en el mejoramiento continuo de la calidad y la productividad de sus productos y servicios hacia la satisfacción plena de clientes internos y externos.

En el 2001, Camari se involucra en el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y obtiene en diciembre del 2002 el certificado internacional de la calidad ISO 9001 versión 2000.

Los principios y valores de Camari están en el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) y el comercio alternativo:

Asegurar el equilibrio entre la sostenibilidad empresarial y el servicio social.

- Promover la comercialización de productos que no atenten al medio ambiente, a la salud y a la vida de las personas.
- Manejar con transparencia y honestidad la acción de comercialización.
- Promover el desarrollo humano de los pequeños productores y de su personal.
- Mantener la opción preferencial por los pobres sobre la base de la mística y el compromiso.

Comercializa productos agropecuarios: granos secos, triturados, harinas, industrializados. Productos biológicos: panela granulada, hongos secos, quinua, café, chocolate y hortalizas. La tendencia de Camari es a fortalecer la comercialización de productos orgánicos, para lo cual se encuentra empeñada en orientar a los pequeños agricultores a entrar en este nuevo sistema de producción.

También vende artesanías elaboradas de preferencia con materia prima natural a base de: masapán, madera de balsa, lana, algodón, tagua, lufa, paja toquilla, damagua, piquigua, rampira, mate, madera, cuero, plata, cerámica y óleos. Presta servicios de alistamiento del producto, capacitación y asistencia técnica en manejo postcosecha, transformación y comercialización.

En el país llega directamente al consumidor a través de sus puntos de venta ubicados en las principales ciudades. Al por mayor sus relaciones comerciales son con instituciones privadas y públicas, comisariatos, hospitales, hoteles, empresas, tiendas populares. Además, vende a organizaciones del comercio alternativo de Europa, Norte América y el Japón y a clientes del mercado convencional.

El universo de los proveedores de Camari son más de 6.500 familias de pequeños productores provenientes de Organizaciones de Segundo Grado (OSG), organizaciones de base y productores individuales, del campo y barrios urbanos marginales, distribuidos en casi todas las 24 provincias del país.

A fin de mantenerse en el mercado se renueva constante, accede a nuevas tecnologías, y su estructura ágil le permite reaccionar oportunamente a los cambios con calidad, nuevos diseños y precios competitivos. Procura diversificar la producción y los mercados y su mejor acceso: arriesga, innova, acude a la creatividad, con lo cual disminuye la competencia por un mismo producto.

- **Redes nacionales de Economía Solidaria**

La Red Solidaria de Comercio Electrónico es financiada por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) , Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y funciona bajo la administración de Camari.

El Objetivo General de esta red es: “Potenciar la comercialización de productos artesanales y agropecuarios de organizaciones de base y grupos de pequeños productores del Ecuador, contribuyendo a mejorar su competitividad, optimizando las relaciones comerciales ya existentes y diversificando sus mercados”.

En tanto, que los Objetivos Específicos se centran en:

Desarrollar un programa piloto para introducir nuevas herramientas comerciales con base en imágenes digitales y catálogos electrónicos que permitan la comercialización en forma más rentable para los pequeños productores artesanales y agrícolas.

Fortalecer la capacidad empresarial de los productores artesanales y agropecuarios y mejorar la calidad y presentación de sus productos, de manera que puedan ser desarrollados de acuerdo a las demandas del mercado y, de esa manera, optimizar el uso de las nuevas herramientas tecnológicas ofrecidas por el proyecto.

Acciones claves del proyecto están enfocadas a:

- Desarrollar una caja de herramientas informáticas para crear catálogos electrónicos.

- Establecer una red de organizaciones de productores artesanales y agropecuarios.
- Brindar asistencia técnica a las organizaciones en áreas de: gestión, diseño y mercado.
- Conformar una Unidad Técnica responsable de la red y la asistencia logística a las organizaciones para el Comercio Electrónico.
- Diseñar mecanismos de promoción y difusión de resultados.
- Implementar un plan de capacitación y asistencia técnica para el mejoramiento de los procesos productivos.
- Regular marcas, patentes y registros de los productos.

Este proyecto agrupa a 13 organizaciones de productores agrícolas y artesanales, conformadas por personas de diferentes grupos étnico-culturales de la región andina, litoral y amazónica del Ecuador.

Estos colectivos están legalmente constituidos, tienen una trayectoria de varios años en la producción y comercialización.

Su trabajo aporta al desarrollo económico de sus comunidades y ciudades, por medio de emprendimientos sociales que generan trabajo, esperanza, educación y una cultura de solidaridad.

La tecnología de producción es apropiada y preserva procesos tradicionales. Los productos son reconocidos por la calidad y constante innovación en el mercado nacional e internacional.

Ecuador desde el primero de mayo del 2005 fue sede de un encuentro de representantes de unas 200 organizaciones de varios continentes, miembros de la Asociación Internacional de Comercio Justo, IFAT, que se reunieron en Quito en la 8ª Conferencia Bienal de negocios justos para un mundo mejor. La cita internacional abordó los avances y desafíos del comercio justo en el ámbito mundial; los beneficios y problemas que afronta la cadena solidaria de comercialización. La Conferencia incluyó una feria internacional. El país estuvo representado por las organizaciones Camari, Fundación Maquita Cushunchic, Fundación Sinchi Sacha, Grupo Salinas y la RELACC integrantes de IFAT.

A continuación los miembros de la Red Solidaria de Comercio Electrónico en el país y los productos que más comercializan cada uno de ellos:

Cuadro N° 5

## Organizaciones y productos de la Red Solidaria de Comercio Electrónico.

Organización	Productos
<u>Camari</u>	Artesanías en: mazapán, balsa, lana, algodón, fibras vegetales, madera, cuero, plata, cerámica Productos Agropecuarios: Granos secos, harinas, quesos, embutidos, confitería Productos Biológicos: panela, hongos y hortalizas Servicios: Clasificado y empaçado de granos, trámites de exportación, capacitación post-cosecha
<u>Centro de Bordados Cuenca CBC</u>	Artículos prendas bordadas, tarjetería, sacos, chompas tejidos en lana.
<u>Chankuap</u>	Aceites esenciales y medicina natural: Aceite de Ungurahua, Sangre de drago. Alimentos, especias y condimentos: Ishpingo, achiote, ají con sal, cacao, maní, miel.
<u>Ecopapel</u>	Artículos de papel reciclado. Regalo: Fundas, cajas, pliegos de papel reciclado, portarretratos, calendarios. Escritura: Cartas, sobres, papelería, libretas, tarjetas, blocks de papel, separadores de lectura.
<u>Funorsal</u>	Lácteos: Quesos con tecnología suiza. Cárnicos: Jamón, tocino, mortadela, copa. Confitería: Chocolates, turrone. Artesanías: Tejidos, tagua, madera, cerámica. Textiles: Lana de oveja y alpaca, hilos. Productos biológicos: Hongos secos y panela granulada. Aceites esenciales. Turismo Responsable.
<u>Grupo de Mujeres de Ibarra</u>	Prendas de vestir: Blusas, camisetas, vestidos bordados. Lencería: Manteles, servilletas, tapetes, toallas, individuales bordados.
<u>La Dolorosa</u>	Transformación agroartesanal de frutas de las zonas andina y subtropical: Mermeladas, dulces y concentrados. Repostería: Pan y galletas.
<u>Masapán Calderón</u>	Productos elaborados con mazapán y migajón: Artículos navideños y nacimientos, figuras tradicionales y típicas del Ecuador.
<u>Red de Comercialización Comunitaria Reccosure</u>	Productos agropecuarios: Miel de abeja, maní en grano, hortalizas y frutos bios, café molido, maíz. Artesanías: Cerámica, Papel reciclado y tagua.
<u>Rio Intag</u>	Café orgánico: tostado y molido. Fréjol negro. Artesanías en fibras vegetales. Turismo Agro ecológico.
<u>Sociedad Artesanal Tesoros del Inca SATI</u>	Artesanías en Paja Toquilla: Cofres, joyeros, tapetes, porta vasos, paneras, bolsos, sombreros, pantallas de lámpara,
<u>Manduriacos Solidario</u>	Productos con fibras naturales (lufa, paja toquilla, sapán, semillas, hojas, y más.). Artículos de cuidado corporal: Esponjas y guantes, zapatillas de baño, bolsos. Decoración: Flores, alfombras, lámparas. Productos agrícolas: Hortalizas, maní, frutas. Turismo Agro ecológico.
<u>Tejemujeres</u>	Productos tejidos en lana de oveja, alpaca y combinaciones de otros materiales: Sacos, chompas, chalecos, gorros, bufandas, guantes, chales.
<u>APICA</u>	Productos apícolas: Miel de abejas, polen, jalea real, propóleo. Materiales apícolas: Colmenas, enjambres, reinas, implementos y equipos. Capacitación y Asistencia Técnica en apicultura. Artesanías tradicionales indígenas: Sombreros, ponchos, bufandas, manteles.

Fuente: CAMARI

Igualmente, un proceso de asimilación académico se inicia con el auspicio de la Universidad Tecnológica Equinoccial, UTE con sede en Quito, para que se organice “El Foro y La Feria del Comercio Justo 2008. Elige Comercio Justo” celebrado el 7 y 8 de agosto de ese año. Se juntaron 9 organizaciones del sector público, de la Academia y de los actores del movimiento. Asistieron al Foro, 250 participantes el primer día y más de 100 el segundo día y a la Feria más de 50 organizaciones expositoras y cerca de 1.000 visitantes. De las ponencias se asignaron varios retos a los diferentes participantes como instaurar estos dos eventos en forma permanente. Realizar mayores investigaciones en mercados de Europa, como el estudio de las Relaciones de comercio justo desde Ecuador a España patrocinado por la misma UTE. Mayor involucramiento de la Academia en Comercio Justo y en general en Economía Solidaria.

La Red de Economía Solidaria RedSol, nace en Cuenca en el año 2003 con 38 representantes de esa localidad. Su objetivo básico es mejorar el nivel de vida de la población, especialmente de los pequeños productores, así como, de los pequeños comerciantes bajo un enfoque de comercio justo y solidario.

En el año 2007, se efectuó un Encuentro Nacional de la Economía Solidaria en Cuenca, con la presencia de varias organizaciones importantes del país y del exterior. Entre las ponencias de ese encuentro se resume la de Eduardo Letelier, de la Red de Socioeconomía de la Solidaridad del Sur de Chile (Redessoles)<sup>114</sup>, manifestó que este sistema tuvo fuerza en la década de los ochenta, producto de la crisis de la deuda externa y de la lucha contra la dictadura en su país. Se hicieron compras conjuntas, créditos solidarios, talleres laborales, pero en la década de los noventa el impulso decayó.

Ahora surge nuevamente la Economía Solidaria en un escenario, ya no solamente de crisis económica sino de crisis ecológica planetaria.

Para darle impulso a la Economía Solidaria, considera que es fundamental que los gobiernos respeten la autonomía del movimiento social, porque muchas veces por buenas intenciones se generan procesos viciados y se produce un control desde el aparato gubernamental en la construcción del proceso social.

Debe aprender a escuchar a los movimientos que están construyendo su propio proceso de aprendizaje y de propuestas.

---

<sup>114</sup> www.elmercurio.com. ec. Encuentro nacional analizó sobre economía solidaria.14 de abril 2007.

La participación en ferias es uno de los aspectos relevantes para el desarrollo y el fortalecimiento de las ferias locales y tradicionales, que son las áreas físicas donde los productores pueden ejercer control ciudadano y puedan mostrar su autonomía frente a los flujos financieros y comerciales globalizados.

El Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador – MESSE, aparece en el año 2007, es un espacio de encuentro de quienes a través del trabajo, experiencias, proyectos, prácticas y procesos urbanos y rurales, se vinculan a la economía popular, comunitaria, del cuidado, social-solidaria, del trabajo, alternativa, y más, y que de manera conjunta construyen nuevas formas de vida hacia un nuevo modelo de desarrollo.

Conforme al estudio “Caracterización e identificación de experiencias de Economía Solidaria en los ámbitos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios” ya referido en páginas iniciales, la “Economía Solidaria” es una categoría social que favorece la unión de iniciativas socio-económicas de distintos sectores: indígenas, campesinos, género, generacionales, étnicos, urbanos y rurales.

Se producen distintos procesos de formación y fortalecimiento de iniciativas económicas populares, con diversos mecanismos (producción agro-ecológica, tiendas comunitarias, cajas de ahorro y crédito, empresas asociativas, redes de solidaridad para el intercambio, consumo, ayuda mutua) que es necesario analizar para reconocer su viabilidad y afianzar las condiciones de sostenibilidad.

El documento continúa señalando que frente a estos desafíos, de distintos países y desde diversos procesos sociales y académicos, se asume la tarea de profundizar la definición de esta nueva categoría “Economía Solidaria”. Para ello, el MESSE pretende legitimarse como una instancia de debate, de cómo entender el modelo de Economía Solidaria, desde las experiencias y prácticas desarrolladas por los actores.

Una primera mirada crítica, permite reconocer que por lo inicial del proceso, la participación de algunos miembros del movimiento no es estable y no se cuenta con una estructura orgánica que facilite la representación del Movimiento, siendo necesario mirar a largo plazo para fortalecer un sujeto político con capacidad e incidencia.

A fin de avanzar en este proceso, el esfuerzo realizado por el MESSE fue el mapeo, la caracterización de actores participantes y la identificación del mayor número posible de experiencias de Economía Popular y Solidaria presentes en el país, reconociendo los referentes que sobre esta economía subyace en la memoria histórica de la sociedad ecuatoriana.

Hasta el VI encuentro nacional del MESSE realizado en Loja, en noviembre del 2008, más de 55 instituciones y organizaciones integraron el movimiento: 22 en la zona norte (Pichincha y Esmeraldas), 26 en la zona centro (Bolívar y Chimborazo) y 7 en la zona sur (Azuay, Cañar y El Oro), aunque no todas participan activa y permanentemente.

La Red de Asociaciones de Cooperativas Múltiples de Quito Solidaridad, ACMQ, nace en abril de 1992 y su radio de acción lo ejecuta en el Sur de la capital ecuatoriana. Transcurridos un poco más 17 años de vida sus logros se plasman en organizaciones cooperativas que enfrentan los problemas más relevantes de este populoso sector de la ciudad.

Tres planes ambiciosos de vivienda, han fructificado, el uno ya concluyó su ciclo de vida, los proyectos originaron la creación de una cooperativa de fabricación de materiales de construcción. Como soporte financiero se dispone de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, y otras cooperativas adicionales son la de educación, comedores populares, comida típica limpieza hospitalaria, servicios comunitarios como recolección de basura, seguridad, guías turísticas, mantenimiento de espacios comunitarios. Se agrega la CEDEPAC, que es la Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Economía Solidaria, la Participación y el Cooperativismo.

- **El Cooperativismo.**

Datos al 2002.

Según el Censo Nacional de Cooperativas del año 2002, existían en el país 2.668 unidades, ubicadas en todo el territorio nacional, aunque concentradas en las provincias de Pichincha (24%) y Guayas (16.5%).

Las cooperativas de servicio fueron las más numerosas representando el 61.4% del total nacional; le seguían en orden de importancia las de consumo (15.2%), de crédito (14.3%) y de producción (9.1%).

Esa repartición pone de manifiesto cómo en el transcurso de más de quince años se han venido afianzando fundamentalmente las de transporte y de ahorro y crédito, al interior de los dos primeros sectores, mientras que los restantes han experimentado un fuerte redimensionamiento, y -en particular- las organizaciones de producción agraria, cuya existencia -como se señaló reiteradamente siempre fue precaria, y las de vivienda urbana.

Datos al 2008.

Una reciente publicación de la Dirección Nacional de Cooperativas al año 2008 presenta los siguientes datos globales, con información más detallada de otros indicadores. Una comparación de la evolución de estas

organizaciones entre los dos períodos señalados determina que el cooperativismo está fortaleciéndose.

A 5. 422 ascienden las cooperativas registradas en Ecuador en el 2008 como se observa en Cuadro N° 6, se las agrupa en cooperativas de producción, consumo, crédito y servicios. Las más importantes analizadas por número son las de servicios que registran 2.493 unidades y representan el 46% de la totalidad, le siguen las de ahorro y crédito con 1.221 unidades y alcanzan el 22.5%, casi con la misma cifra aparecen las de consumo con 1.078 unidades y el 19.9%, cierran esta clasificación las de producción con 630 unidades que comprende el 11.6%.

Por regiones, se observa que en la Sierra se concentran el mayor número de cooperativas, es decir 3. 299 unidades que significan el 60.8%, la Costa con 1.758 unidades es un poco más de la mitad que la Sierra con el 32.4% de importancia, el Oriente registra 345 unidades con el 6.4% y Galápagos con 20 cooperativas apenas es el 0.4%.

La Provincia de Pichincha continúa siendo el mayor centro cooperativista del Ecuador, con 1.671 cooperativas cerca de un tercio de todas las registradas en el cuadro anterior, a continuación está Guayas con 1.671 unidades es la quinta parte de este movimiento.

- Evolución entre 2002 y 2008

La gran sorpresa es el salto operado por el cooperativismo medido por el número de unidades. Se duplican las nuevas cooperativas en este sexenio, ya que pasan de 2.668 del 2002 a 5.422 en el 2007, esto significa un 103% de crecimiento.

Al analizar las cifras en forma comparativa y por participación entre los dos períodos, 2002 y 2007 se extraen conclusiones del mayor desarrollo del cooperativismo en unas áreas frente a otras del país, y es innegable que las potencialidades económicas de cada región y provincia ayudan al crecimiento de este movimiento.

A este respecto la Sierra y la Costa, así como Pichincha (Sierra) y Guayas (Costa) son las representantes máximas de este movimiento.

En Pichincha predominan las actividades burocráticas, financieras y turísticas, mientras Guayas es considerada el mayor centro económico y comercial del Ecuador.

Otras provincias cooperativistas corresponden a Manabí y El Oro en la Costa y, Tungurahua y Azuay en la Sierra.

Cuadro N° 6

**Ecuador: Las Cooperativas en cifras**

Regiones/ Provincias	Producción	Consumo	Crédito	Servicios	TOTAL	Porcentaje
<b>COSTA</b>						
Esmeraldas	20	15	33	62	130	
Manabí	44	19	54	116	233	
Los Ríos	5	14	29	36	84	
Guayas	143	170	177	583	1073	<b>19.8%</b>
El Oro	59	36	28	115	238	
<b>Subtotal</b>	<b>271</b>	<b>254</b>	<b>321</b>	<b>912</b>	<b>1758</b>	<b>32.4%</b>
<b>SIERRA</b>						
Carchi	31	85	13	37	166	
Imbabura	1	9	24	70	104	
Pichincha	173	459	404	635	1671	<b>30.8%</b>
Cotopaxi	0	1	32	60	93	
Tungurahua	0	19	117	204	340	
Bolívar	5	24	23	26	78	
Chimborazo	11	63	73	117	264	
Cañar	14	21	18	88	141	
Azuay	57	61	62	97	277	
Loja	8	20	63	74	165	
<b>Subtotal</b>	<b>304</b>	<b>762</b>	<b>808</b>	<b>1408</b>	<b>3299</b>	<b>60.8%</b>
<b>ORIENTE</b>						
Sucumbios	5	8	8	22	43	
Napo	5	3	10	16	34	
Fco. De Orellana	1	1	6	36	44	
Pastaza	4	28	14	50	96	
Morona Santiago	30	6	21	28	85	
Zamora Chinchipe	11	10	8	14	43	
<b>Subtotal</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>67</b>	<b>166</b>	<b>345</b>	<b>6.4%</b>
<b>GALAPAGOS</b>						
Galápagos	3	6	4	7	20	
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>0.4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>630</b>	<b>1078</b>	<b>1221</b>	<b>2493</b>	<b>5422</b>	100.0%
<b>Porcentaje</b>	<b>11.6%</b>	<b>19.9%</b>	<b>22.5%</b>	<b>46%</b>	<b>100.0%</b>	

Fuente: Dirección Nacional de Cooperativas. MIES. 2008.

Elaboración: Autor

Las dos provincias amplían su jerarquía cooperativista ratificando a Pichincha en el primer puesto al pasar del 24% de participación en el 2002 al 30.8% del 2007, y Guayas asciende del 16.5% del 2002 al 19.8% del 2007. Pero esta tendencia profundiza la concentración cooperativista en estos polos económicos. Por regiones, la tendencia es diferente. Mientras la Sierra apenas modifica su participación del 59.8% del 2002 al 60.8 del 2007, la Costa más bien reduce del 35.3% al 32.4%, pero el Oriente incrementa su contribución al cooperativismo del 4.7% al 6.4%, en los dos años señalados.

Por actividad de las cooperativas se verifican cambios extraordinarios, declinan muy fuertemente las cooperativas de servicios desde el 61.4% al 46%, entre el 2002 y el 2007, mientras los otros tres tipos de cooperativas si crecen, las de ahorro y crédito, ahora segundas en importancia, representan el 22.5% en el 2007 frente al 14.3% del 2002. También las de consumo se posicionan de mejor manera, al pasar de 15.2% en el 2002 a 19.9% en el 2007 y, el cooperativismo de producción, aunque en menor proporción pasa de un 9.1% al 11.6%.

Es tarea pendiente para las cooperativas de producción elevar su grado de influencia, como así sucede en países de gran desarrollo cooperativista.

Un análisis completo y crítico del camino recorrido por el cooperativismo ecuatoriano, su historia, sus legislaciones, sus triunfos y sus caídas y crucifixiones, sus devaneos, sus desvíos, su burocratización y en muchos casos el abandono de los altos valores y principios de estas organizaciones se detalla en el trabajo de la investigadora Giuseppina Da Ross.<sup>115</sup>

La nueva Ley de Cooperativas, la creación de la Superintendencia de Cooperativas, el apoyo del Estado a las formas de gestión comunitaria, cooperativa, están como propuestas dentro de la Economía Solidaria por parte de los actores en diferentes encuentros y que se entregaron a la Asamblea Constituyente de Montecristi.

- **Cooperativas de Ahorro y Crédito COAC's.** Reguladas y No Reguladas.

El gran logro de este sector financiero: ninguna cooperativa de ahorro y crédito cerró sus puertas en la crisis bancaria ecuatoriana de 1999 y siguientes años<sup>116</sup>, y más bien desde esos períodos se inicia el auge de las mismas, lo que deriva en que al 2007, de acuerdo al cuadro N°6, estén funcionando 1. 221 COAC's reguladas y no reguladas, 321 en la Costa, 808 en la Sierra, 67 en la Región Amazónica, 4 en la Región Amazónica. De

---

<sup>115</sup> Da Ross Giuseppina. El cooperativismo en el Ecuador, antecedentes históricos, situación actual y perspectivas. Pontificia Universidad del Ecuador. PUCE.

<sup>116</sup> En el año 2000 por la crisis económica, se instauró al dólar de los Estados Unidos de América como moneda de uso obligado para las transacciones internas y externas del Ecuador.

las cuales 37 son reguladas por la Superintendencia de Bancos, las otras están controladas por el Ministerio de Bienestar Social. Aunque las 37 reguladas representan más del 60% de importancia real del sector.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito constituían en promedio el 1.60% de los activos del sector financiero a principios de los años 2000, mientras en el año 2005 treparon al 6.02%.

De acuerdo a la organización Caja Central Cooperativa, FINANCOOP<sup>117</sup>, ya en el 2005, se calculó que alrededor de 2 millones de ecuatorianos eran miembros de las cooperativas de ahorro y crédito, de los cuales el 60% realizaban actividades microempresariales. De esta manera, las cooperativas de ahorro y crédito se convirtieron en una gran alternativa para los microempresarios que no son sujetos de crédito de la banca formal. Ejemplo del cambio, en un año los créditos a las microempresas por parte de las COAC's dan un salto porcentual relevante, del 24% al 46% como se ve en Cuadro N° 7. En estos últimos años la dinámica se ha mantenido.

#### Cuadro N° 7

##### Evolución del Crédito de las COAC's 2004 - 2005

Tipo de crédito	Año 2004	Porcentaje	Año 2005	Porcentaje	Variación Interanual
	Valor US \$		Valor US \$		Porcentaje
Comercial	53541	13%	9229	2%	-83%
Consumo	175669	44%	218876	38%	25%
Vivienda	75016	19%	82782	15%	15%
Microempresa	95110	24%	259643	46%	273%
Total	399336	100%	570530	100%	43%

Fuente: Diario el Comercio. Evolución del Crédito microempresarial. Abril 2006.

Elaboración: Autor

Caja Central Cooperativa FINANCOOP es una entidad financiera de segundo piso, nace en 1999, con la crisis financiera del país del mismo año, y su Visión al año 2010 es constituirse en el principal proveedor de

<sup>117</sup> Bautista Marín, La Red de Cooperativas: Nuevos Productos. FINANCOOP. Ecuador: Moviendo Fronteras en Microfinanzas. USAID Ecuador. Proyecto Salto. Septiembre 2006.

productos y servicios financieros y mecanismos de mitigación de riesgos para el sistema cooperativo de ahorro y crédito, en su calidad de Caja Central.

La Misión en tanto, es contribuir al fortalecimiento e integración del sistema cooperativo de ahorro y crédito del Ecuador, brindando productos y servicios financieros competitivos que coadyuven al fortalecimiento y desarrollo del sector. La regula la Superintendencia de Bancos y Seguros, SBS desde el año 2003.

Esta conformada al año 2007, por 78 entidades asociadas: todas las 37 Cooperativas de Ahorro y Crédito reguladas, 39 Cooperativas bajo la supervisión de la Dirección Nacional de Cooperativas, Ministerio de Inclusión Económica y Social; y, 2 Organismos Internacionales de Cooperación Internacional: DGRV Confederación de Cooperativas de Alemania; y la Fundación Swisscontact.

Las cooperativas asociadas tienen 467 puntos de atención a nivel nacional, a diciembre 2007, manejan activos por el orden de USD \$ 1.534.000.000; atienden a una población asociada de aproximadamente 1.250.000 personas, de los cuales se estima más del 60% tienen actividad microempresarial.

- **Otras organizaciones de microfinanciamiento**

A fin de revisar las evoluciones de las microfinanzas, se incluyen las experiencias de instituciones de segundo piso y del banco que inició el otorgamiento regular de microcrédito en el país.

#### Fondo Populorum Progressio FPP

En 1968, el Papa Pablo VI creó el Fondo Populorum Progressio, FPP con ocasión de su visita a Colombia, de la apertura de la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del encuentro que allí mantuvo con los campesinos.

A ellos les decía: “conocemos las condiciones de vuestra existencia: condiciones de miseria para muchos de vosotros, a veces inferiores a la exigencia normal de la vida humana ... oímos el grito que sube desde vuestro sufrimiento ... Nos preguntamos qué podemos hacer por vosotros ... Seguiremos defendiendo vuestra causa. Continuaremos alentando las iniciativas y los programas de las autoridades responsables, de las entidades internacionales, y de los países prósperos, en favor de las poblaciones en vías de desarrollo. Nos mismo trataremos, en los límites de nuestras posibilidades económicas, de dar ejemplo.” Aquel gesto del Papa

fructificó en el “Fondo”, cuyos recursos fueron para ser invertido en programas de reforma agraria.

Juan Pablo II, erigió la Fundación Autónoma Populorum Progressio, con sede en el Estado de la Ciudad del Vaticano el 13 de Febrero de 1992. Pretendía ser un gesto de amor solidario de la Iglesia hacia los más abandonados y necesitados de protección de América Latina, como son las poblaciones indígenas, mestizas y afroamericanas.

La FPP, estima que entre los años 1993 2008, habría entregado US \$ 30 millones para apoyar a 3.000 proyectos, es decir en promedio US \$ 10.000 por cada uno, la gran mayoría para la microempresa. Opera en más de 24 países de América Latina.<sup>118</sup>

En tanto que una rama de este árbol es el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, FEPP, fundación privada con finalidad social, sin fines de lucro, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, trabaja desde 1970 con los sectores populares del país.

Dado que la sociedad está en constante evolución, el FEPP impulsa con ideas innovadoras, acompaña en el ámbito solidario, de recursos humanos, materiales y técnicos los esfuerzos de grupos populares, familias y personas necesitadas que desarrollan capacidades locales creando economías de encadenamiento vinculadas a mercados reales.

Genera ingresos, administra recursos tanto propios como de la cooperación nacional e internacional, mantiene relaciones de coordinación y colaboración con instituciones públicas y privadas y tiene seguridad respecto a la sostenibilidad de sus servicios.

Para evitar la concentración de las actividades ha organizado tres regionales en Latacunga, Guaranda y Esmeraldas, a más de la matriz de Quito.

Por áreas el Grupo opera en Comercio Justo con CAMARI, comercialización solidaria de madera con sostenibilidad ambiental a cargo de YURAFEPP, viviendas de interés social con FEPP Construcciones, Agua y Vivienda, finanzas populares con CODESARROLLO, distribución de insumos con la Importadora Agrícola, en legalización de tierras y territorios con PROTIERRAS.

También se registran INFOFEPP, para tareas de informática, IMPREFEPP para publicaciones, y la Escuela de Formación Empresarial.

---

<sup>118</sup> Página web de la Fundación Populorum Progressio. Naturaleza y Fines.

## **CODESARROLLO**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Desarrollo de los Pueblos Ltda. CODESARROLLO nace a finales de 1997 por la iniciativa del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio-FEPP, organización no gubernamental activa en el ámbito del desarrollo socioeconómico de los sectores marginados del Ecuador.

Los socios de la Cooperativa a parte del FEPP, son la Cooperativa IL CANALE, la Central de Servicios Agrícolas – CESA, la Asociación Solidaridad y Acción – ASA, la Fundación Maquita Cusunchic Comercializando como Hermanos – MCCH, el Comité Ecuménico de Proyectos – CEP, la FUNORSAL , el ERPE, el CEFODI, el FUNCOQUERUCOM, el CEBYCAMA, Promoción Humana Diocesana, Sacerdotes de la Diócesis Vascongadas , 24 Organizaciones Campesinas, 24 Estructuras Financieras Locales del Ecuador y 52 personas naturales comprometidas con el desarrollo rural y popular.

Es una de las 37 cooperativas de ahorro y crédito, sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador.

Los beneficiarios de la cooperativa constituyen pequeños productores rurales en forma individual y organizada, cajas y cooperativas de ahorro y crédito, empresas comunitarias, empleados públicos y privados, pequeños empresarios del sector urbano, empleados y socios de la cooperativa o de las instituciones amigas, organizaciones no gubernamentales activas en el ámbito del desarrollo económico y social.

### **La Red Financiera Rural RFR**

Esta Red se crea en el año 2000, de las declaraciones del Director de la Red Financiera Rural se establece que la demanda por microcrédito alcanzó la cifra de 700.000 clientes, aproximadamente, en el año 2004.

Aparece el servicio de microfinanzas debido a la estructura concentradora del sistema bancario en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca correspondiente al 85% y, a que en la banca convencional el riesgo lo cubren con garantías.

En tanto, que este mismo riesgo, en las microfinanzas se resguarda por el valor de la persona en sus aptitudes, proyecciones, capacidad para manejar su empresa y, la posibilidad de responder de manera efectiva a sus acreencias. Los créditos de la RFR atienden al mediano, pequeño y micro empresario.

La experiencia de este banco, cuyo campo de acción en Latinoamérica, dio resultados positivos, se traslada al Ecuador como pionero, en la atención al cliente excluido por el sistema financiero, esto obligó a que otras organizaciones similares incluyeran en sus actividades el otorgamiento del microcrédito sea para consumo o para producción.

El Banco Solidario recibe el apoyo de Accion Investments, PROFUND, ACCION INTERNACIONAL, HIVOS TRIODOS FONDS, TRIODOS DOEN, CAF, BID, la Agencia Española de Cooperación Internacional, Creditosud, CDC/Ixis, LA-CiF, Cooperación Técnica Belga, BIO, Calvert Foundation, entre otros. Es el único Banco del sistema que logra una recapitalización con 65% de aporte internacional.

En el 2008, los préstamos de organismos internacionales al Banco Solidario sumaron 100 millones de dólares. Sólo en el 2007 ingresaron US \$ 34 millones de inversión extranjera que amplió la entrega de microcréditos. Para el año pasado se concedieron más de US\$ 200 millones para microempresarios, con un promedio de US\$ 2.208 por préstamo. El Solidario mantiene una cartera de 152.700 clientes de crédito. El 40% de clientes nuevos en el 2007 no tuvo nunca relación con un banco. Es un índice de bancarización muy alto que confronta la misión social impuesta por el Banco.

Este banco forma parte de la red ACCION compuesta por ACCION International, ADMIC, Banco do Nordeste/CrediAMIGO, BancoSol, Banco Solidario, BanGente, Financiera Compartamos, Financiera El Comercio, Cooperative Emprender, FAMA, FINAMERICA, FINSOL, Fundación Ecuatoriana de Desarrollo, Fundación Mario Santo Domingo, Fundación Paraguaya, Génesis Empresarial, Apoyo Integral, Mibanco, REAL Microcredito, REAL Microcrédito, Sogesol (SOGE BANK), Uganda Microfinance Limited.

#### Otros bancos para el microcrédito

Con este antecedente, bancos ecuatorianos grandes abrieron sus puertas para el microcrédito a través de mecanismos especializados que luego se han independizado de sus auspiciantes. En efecto, el Banco Pichincha y la Fundación del mismo nombre crean en 1999, CREDIFE Desarrollo Microempresarial, según estas dos instituciones se conjugó la rentabilidad financiera y el apoyo social. El modelo de CRÉDIFE es operar como una compañía regulada por la Superintendencia de Bancos, que administra la

---

<sup>119</sup> Banco Solidario. Preguntas frecuentes.

cartera microempresarial del Banco Pichincha y, la cartera generada se refleja en los balances del Banco.

El Banco del Barrio nace del Banco de Guayaquil, y pretende atender al comercio minorista, consiste en la instalación de un punto de atención en un negocio no bancario, como: Farmacias, Comisariatos, Tiendas de Abarrotes, Locutorios, y más, en zonas urbanas y rurales. Su aspiración es bancarizar a personas que todavía no lo son.

El Banco Procrédit es un nuevo actor en la atención a microcréditos y financiación a los microempresarios y se guía por la responsabilidad social empresaria.

- **Bancos Comunales**

En el país son innumerables las experiencias de los bancos comunales, pero una falencia es que no hay registros confiables, porque se instituyen en las zonas rurales y no requieren de permisos especiales.

En el “Primer Encuentro Nacional de Redes de Finanzas Populares”, celebrado en Cuenca, a fines del 2007 se determinó que alrededor de 470 organizaciones conforman las redes de finanzas populares en el país, de las cuales 270 son cooperativas del ahorro y crédito y 200 son cajas de ahorro y crédito y bancos comunales. Estas se ligan entre sí a través de la Red de Estructuras Financieras Locales Alternativas del Austro (Refla).

Por el creciente impacto que alcanza este sector financiero se organizó el Foro de Discusión “La Banca Comunal en el Ecuador”, el 7 de agosto del 2008 en Quito.

Como un referente entre otros, se cita a Finca y sus logros que satisfacen a sus administradores. Es una institución internacional sin fines de lucro con presencia en 23 países en América Latina, Africa, Asia y Europa del Este. Su sede está en la ciudad de Washington.

La Fundación para la Asistencia Comunitaria FINCA - Ecuador se instituyó en diciembre de 1993 como una afiliada a la mencionada red internacional. Empezó sus operaciones en Quito, bajo la supervisión del Ministerio de Bienestar Social.

En el año 1997 la cartera era aproximadamente de US\$ 161 mil distribuida en 2.200 clientes miembros de Bancos Comunales. Durante el año 2003, la Fundación FINCA se formaliza como Sociedad Financiera, para obtener más recursos del mercado financiero local e internacional y seguir creciendo.

Para el efecto, se compra una Sociedad Financiera en liquidación y el 16 de Marzo del 2004 la Superintendencia de Bancos y Seguros concede la autorización de operación a la Financiera FINCA.

Los resultados al año 2009 establecen que ha logrado apoyar a 4.021 bancos comunales, que se asientan en 602 parroquias de las 1.155 que tiene el país, el 55% están en parroquias urbanas y el 45% en rurales, alcanzan a 55.288 clientes, de los cuales 80% son mujeres. Las tasas de interés que operan son del 33.9 % anual, aunque se registra el 45% anual para créditos del US\$ 50, el rango va de US\$ 200 a US\$ 3.000 con garantías solidarias. Estos bancos comunales se organizan con 10 personas entre 18 a 65 años, y debe tener un negocio propio fijo o ambulante.

Abre 80 bancos comunales por mes. La tasa de mora promedio es del 5.4%. FINCA es una de las instituciones que manifiestan con mayor intensidad su disconformidad con la política del Gobierno de reducir las tasas de interés, ya que cerrarán los créditos para otros segmentos de los clientes que atienden.

De otro lado, la Corporación Viviendas Hogar de Cristo en 34 años de vida apoya a 720 bancos comunales creados con un total de 9.880 socias activas con formación personal y capacitación técnico-artesanal para que sus pequeños emprendimientos tengan éxito.

#### Organismos Públicos orientados a financiar actividades microempresariales

Ya se mencionó la línea especial del Banco de Fomento para la microempresa. De igual manera la Corporación Financiera Nacional dispone de recursos para este sector. Ultimamente, está prestando servicios crediticios el Programa Nacional de Finanzas Populares, Emprendimientos y Economía Solidaria con el respaldo del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, MCPE: Ministerio de Coordinación de Política Económica, MCPEC, Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, MF, Ministerio de Finanzas, MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social, BNF: Banco Nacional de Fomento.

El Instituto para el Ecodesarrollo de la Amazonía ECORAE, impulsa las actividades microempresariales.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social a través del Programa de Crédito Productivo Solidario CPS, orienta a los 1.120.000 beneficiarios del Bono Solidario que traten de establecer sus propios emprendimientos. El CPS busca mejorar los niveles de vida y de ingresos de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano y en general de la población bajo la línea de

pobreza, por medio de acceso al crédito, capacitación y asistencia integral especializados.

Las últimas cifras disponibles sobre este mecanismo dan cuenta que se otorgaron 5. 328 créditos productivos solidarios con un monto de US\$ 2 112 625 hasta diciembre. Un nuevo servicio se implantó en abril del 2007, el Crédito de Desarrollo Humano - CDH, permite una mayor participación de las operadoras de crédito (acorde a los mínimos requisitos solicitados para el funcionamiento), ampliando de esta manera la cobertura a nivel nacional, y cumplir con los objetivos de disminuir las tasas de interés y los costos adicionales en los productos y servicios de las instituciones financieras operadoras.

El Fondo de Desarrollo de las Nacionalidades y pueblos Indígenas del Ecuador FODEPI, es un mecanismo de crédito con contenido étnico en especial para las áreas rurales. Su influencia es reducida, ya que funciona con un fideicomiso que administra los rendimientos de un valor por US\$ 10 millones de dólares. No tiene independencia, ya que está regulado por las directrices de la Corporación Financiera Nacional. Una reestructuración persigue atender a las iniciativas de producción agrícola bajo el marco de la soberanía alimentaria y el buen vivir.

- **Empresas solidarias, microempresas y artesanado.**

Un gran movimiento de empresariado solidario de igual manera que en los otros sectores salvo los casos que se detallan, en el Ecuador no se han agrupado en redes y más bien trabajan en forma aislada, pero esta situación no obsta a que la solidaridad en especial en el área rural este muy arraigada y sea más profunda que la del área urbana. Sin embargo, de las salvedades que se anotan en cada caso se analiza el comportamiento de la microempresa, del artesanado y de comunidades que no aceptan ser denominadas empresas sino asociaciones comunitarias.

Las cifras que permiten establecer la importancia de la microempresa en el Ecuador no son coincidentes, de acuerdo a la fuente que se disponga. Mientras la Cámara Nacional de la Microempresa establece la existencia de 1.300.000 unidades microempresariales de producción, comercio y servicios, otras fuentes señalan 800.000 o 1.000.000<sup>120</sup>. Como es obvio el nivel de ocupados es mayor o menor de acuerdo a estas mismas fuentes. Los ocupados varían de 1.500.000 personas a 2.000.000 de personas. A pesar de esta discrepancia, de todas maneras, el sector es un actor económico estratégico en solucionar la falta de empleo e ingresos.

---

<sup>120</sup> Carvajal Edgar, Auerbach Paula y otros. La Microempresa en Ecuador. IX Foro Interamericano de la Microempresa. BID. Septiembre 2006. Este trabajo ubica en un millón de trabajadores de ingresos medios y bajos en la microempresa, representan el 25% de la mano de obra urbana aportan entre el 10 al 15% del PIB del Ecuador.

Cuantificación más exacta del impacto de la microempresa en la generación de la producción, valor agregado, inversiones, tasa de ocupación, importaciones, exportaciones se ha coincidido que la realice la Asociación de Municipalidades del Ecuador, AME, a través de los Municipios, quienes otorgan la patente municipal para toda actividad productiva que funciona en cada una de sus jurisdicciones y se dispondría de esta información al menor costo y tiempo posible.

Analistas consultados establecen que el país corcho como a veces se lo denomina al Ecuador, porque se tambalea constantemente, pero no se cae, sobrevive gracias a que la iniciativa de los ecuatorianos en tomar a la microempresa y a la autogestión como tabla de salvación.

Varias organizaciones son actores en la temática microempresarial, se señala entre las más relevantes: La Cámara Nacional de la Microempresa CNM, El Foro de la Microempresa del Ecuador FOME, CEPESIU.

Diversas ONG's, señaladas anteriormente intervienen apoyando a este sector.

Por parte de las entidades públicas, se mencionan como responsables administrativos al Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Relaciones Laborales, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Desarrollo Económico, entre otros.

Este sector no tiene un marco legal que norme y fomente sus actividades, a pesar de que se han presentado varios proyectos de Ley al Congreso Nacional, aunque ha logrado ciertos tratamientos especiales en el campo impositivo y para crear nuevas unidades microempresariales.

La situación ratifica una vez más, lo que se ha reiterado varias veces en este texto, sin leyes los sectores desventajados han luchado para salir adelante. Su vitalidad ha dependido de sus propios arrestos y muy poco de los gobiernos de turno.

El microempresario no es un actor uniforme, más bien es muy diverso, por ello cuesta que adopten posiciones conjuntas en lo económico, social e incluso político. Sus intereses no son coincidentes, debido a que su accionar ha sido y es modelado desde el punto de vista de que la microempresa sea un paso hacia los otros escalones como pequeña, mediana y gran empresa. Divergen aún más entre ellos si la microempresa es urbana o es rural.

No tienen como prioridad la solidaridad entre sus miembros y, por lo tanto, no se exige el cumplimiento de valores y principios solidarios. Más bien sus evaluaciones de los logros de cada una de ellas están especificados en

concordancia a los índices financieros, si se lograron utilidades, éxito, si se presentaron pérdidas, fracaso. La medición de indicadores ex - post: bienestar, salud, educación, vivienda, cultura, todavía no son parte esencial de sus metas y objetivos.

En el país se identifican las siguientes categorías de microempresas:

**Según la actividad:** Microempresa de producción, de comercio y de servicios.

**Según el área geográfica:** Microempresa urbana y rural.

**Según la legislación:** Microempresa informal y formal.

**Microempresa de subsistencia** es la categoría de los más desamparados.

Desde 1998, la Cámara Nacional de la Microempresa preparó un proyecto de Sistema Microempresarial incluyendo a los microempresarios individuales, asociaciones y cooperativas de microempresarios, empresas microempresariales, organizaciones gerenciales microempresariales. Si bien el sistema no arranca como tal, evidencias de asociatividad ya son comunes. Una de ellas en la ciudad del Puyo en la Amazonía, partió de la alianza de 18 microempresarias y ya suman más de 200 dedicadas a fabricar mermeladas de las frutas exóticas. Recibieron la ayuda de ONG's especializadas en temas de la industria, pero también de canje de deuda externa. En la costa ecuatoriana se han cimentado estas microempresas asociadas con gran entusiasmo.

El sector artesanal tiene una trayectoria muy variada en el país, representó una fuerza de carácter social y económico significativo para los estratos más vulnerables. Debido a su fragilidad se creó una Ley de Defensa del Artesano, y su correspondiente Junta de Defensa del Artesano. No se enfocó más bien a una Ley de Promoción del Artesano y a una Junta promotora de esta noble actividad. La mentalidad de proteccionismo que es una constante en las decisiones trascendentales el Ecuador, también hizo presencia en este movimiento.

Mientras muchos países con vocación artesanal salieron a conquistar el mundo, el artesano se quedó a cuidar su mercado, sus derechos internos y no tomó en cuentas las oportunidades y amenazas de la globalización. Se perdieron mercados internacionales, cerraron sus puertas organizaciones públicas de apoyo comercial por fallas de lado y lado, es decir desde la parte administrativa gubernamental, pero igual del desinterés de los beneficiarios.

Cifras últimas estiman que en Ecuador operan 1 millón y medio de artesanos, con una parte importante de Maestros de Taller. De acuerdo a la Junta Nacional de Defensa del Artesano JNDA, este sector productivo es socialmente el más significativo y solidario del Ecuador, aunque es de reconocer en las últimas décadas ha sido uno de los más olvidados y proscritos por la ideología imperante.

Comunidades rurales asociadas. La existencia de numerosas organizaciones comunitarias rurales asociadas es bien conocida, pero no se ha cuantificado por diversas razones, como ya se anotó los representantes de la mismas no aceptan ser definidas como empresas sino como una organización diferente y propia de la cultura rural y en su mayoría indígena. Se anota la existencia de estos pronunciamientos, ya que a corto plazo se anuncia la creación nuevas instituciones de apoyo y otras que se están reformando para adecuarse a las especiales circunstancias que la Nueva Constitución prevé. El ejemplo Messe, permite comprender y cuantificar los emprendimientos comunitarios solidarios del área rural del país, especialmente.

- **Responsabilidad Social Empresaria.**

Unos tres ejemplos de vinculación con la RSE o RSC, se visualizan a continuación:

El Instituto de Responsabilidad Social Empresaria IRSE, capítulo Ecuador es una organización stakeholder de las Iniciativas de Reporte Global que busca el fortalecimiento del Estado de derecho y el buen gobierno en los países en desarrollo y economías emergentes.

Con una misión propia de un actor que desea la implantación de la cultura y práctica de la responsabilidad social, el IRSE reporta una investigación en el país, en la que advierte: apenas un 2% de los entrevistados conoce excelentemente lo que significa la RSE, un 12% es catalogado con conocimientos muy buenos, pero el resto el 86% desconoce o no responde sobre la pregunta. Situación bastante preocupante por los avances logrados en otros países en este campo.

En la Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana se crea un Comité de Responsabilidad Empresaria, para impulsarla entre sus asociados.

A partir del año 2008, el Gobierno de la Provincia de Pichincha, con el fin de resaltar y estimular el papel de las empresas responsables con espíritu de país y la construcción de equidad social a través de generación de empleo y bienestar crea, entre los gobiernos seccionales y las empresas privadas y públicas, competitivas, éticas, comprometidas con la comunidad y que cumplan a cabalidad con sus compromisos laborales, tributarios y

ambientales, el Reconocimiento Anual a las Buenas Prácticas “General Rumiñahui”, y al Ciudadano Corporativo por su desempeño en Responsabilidad Social Corporativa.

Los reconocimientos y merecimientos de Honor de estas convocatorias se hacen para quienes cumplan con: Triple Bottom Line, Diálogo Social, Buenas prácticas en: área Económica, área Ambiental, relaciones con la Sociedad, Marketing Responsable, área Laboral, Anti Corrupción, Inclusión Laboral a Personas con Discapacidad, Diálogo con Stakeholders, Apoyo a la Comunidad y Voluntariado Corporativo, Liderazgo Ciudadano Corporativo, Gobierno Corporativo.<sup>121</sup>

Nueve empresas fueron premiadas con 20 reconocimientos por el organizador el 10 de julio del 2008 en esta primera convocatoria. Estas fueron Hotel Patio Andaluz (3), Telefónica Movistar (5), Pinturas Cóndor (3), Bloque 15 (3), Diners Club (1), Mutualista Pichincha (1), Pfizer (2) y Pronaca (1). Participaron 54 empresas en esta primera convocatoria, se prevé continuar anualmente con este tipo de llamados.<sup>122</sup>

- Agencias de Desarrollo Empresarial

La tramitología burocrática, que duraba alrededor de seis meses, para la creación de una empresa en el país, desalentaba cualquier iniciativa empresarial. Aproximadamente 500 horas anuales se ocupaban para que la empresa funcione. A esto se sumaban los altos costos y los procesos lentos tal como el registro con autoridades locales y nacionales, por tanto, el nivel de generación de empresas era bajo.

En respuesta a este problema y en un esfuerzo por contribuir al cumplimiento de las Metas de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) conjuntamente con el Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas (UNV) en Ecuador, tuvieron la iniciativa de apoyar y promover el desarrollo empresarial de las pequeñas y medianas empresas en la provincia sureña de Loja como primera experiencia.

En el 2001 y 2002, a través del establecimiento de una Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE), el PNUD y el UNV pudieron cambiar esta situación. Del proyecto piloto en Loja, se condujo al establecimiento de nuevas ADEs en las provincias de: Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos, Napo, Morona Santiago y El Oro, casi todas limítrofes para brindar ayuda a las poblaciones de Perú y Colombia. El Representante Residente del PNUD en Ecuador, afirmó que las ADEs son instrumentos

---

<sup>121</sup> [www.cepc.es](http://www.cepc.es)

<sup>122</sup> [www.redeceres.org](http://www.redeceres.org), 9 empresas con buenas prácticas se premiaron.

efectivos para la reducción de la pobreza, el aumento de empleo y la producción.

Las ADEs son oficinas multiservicios y los planes de expansión se enfocan en áreas rurales, dónde el acceso a la información y a los servicios es limitado. Los negocios familiares pequeños, mayormente en el sector agropecuario, juegan un rol importante en el desarrollo del ingreso sostenible que generan oportunidades.

Los voluntarios asesoran a los empresarios en temas tales como: contabilidad, mercadotecnia y finanzas. Proveen a sus clientes acceso a la tecnología, se constituyen en agencias de empleo y de información sobre los derechos del consumidor. Cada ADE está equipada con un centro de informática a disposición de sus clientes, pueden registrar su compañía en la web, se dispone de internet, de directorios de negocios, de información comercial y otros servicios del comercio electrónico.

En Ecuador están trabajando en la promoción del voluntariado corporativo, una nueva idea en el país. Los Voluntarios de las Naciones Unidas han organizado y participado en ferias, seminarios y talleres para promover el concepto del voluntariado en el país. Sus esfuerzos, de esta manera, han incrementado la concienciación por parte de los residentes locales y los dueños de las empresas.

Otro ejemplo exitoso, está en el Distrito Metropolitano de Quito con la Agencia de Desarrollo Económico Local, conocida como Conquito. Su ámbito es muy amplio y su influencia ha beneficiado a miles de pequeños negocios.

Creó la Factoría del conocimiento para impulsar emprendimientos y ayudar a los planes de negocios asesorando directamente y mediante concursos para premiar con financiamiento reembolsable y no reembolsable, como el BiD Network.

Los huertos familiares constituyen un gran logro que se enmarca en la soberanía alimentaria. Ha iniciado un proceso de descentralización abriendo oficinas en otras zonas del Distrito.

El Consejo Provincial de Pichincha tiene varias oficinas de gestión empresarial para igualmente promover la instalación de pequeños negocios en las localidades cantonales en las que está funcionando. Su meta es convertirles en un futuro próximo en Agencias de Desarrollo.

En el resto del país, también existe el interés por estas experiencias.

- **Organismos de Educación Superior**

En las universidades el estudio y análisis de la Economía Solidaria es incipiente, salvo pocas excepciones esta realidad no interesa hasta el año 2009, pese a que la Constitución 2008, como se anotó determina que el modelo económico es social y solidario. En la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Comunicación, FLACSO se incluye materias relacionadas a este modelo en el posgrado de Economía para el Desarrollo.

La Universidad Tecnológica Equinoccial, UTE, a través de un concurso de proyectos de investigación auspició el análisis de las ventas de comercio justo desde Ecuador hacia España, la posibilidad de crear una carrera de este tipo, así como la creación de una gran comercializadora y promotora del comercio justo para todo el país e investigar nuevas áreas de apoyo a este sector.

La Universidad de las Américas UDLA, organizó la Semana del Comercio Justo del 30 de junio al 2 de julio del 2008, con expositores certificados.

- **Moneda Social: un caso en Ecuador**<sup>123</sup>

Una práctica se relata sobre la implantación de la moneda social relacionada íntimamente con el trueque. Según las expresiones del Alcalde de Cotacachi, algunas personas de ese Cantón se propusieron intercambiar productos de diferentes regiones.

Como Cotacachi tiene dos zonas: la andina y la subtropical que se complementan, porque la primera produce granos y la segunda frutas. Para evitar inequidades en el intercambio se establecieron reglas claras, luego la confianza y la palabra. Para el intercambio se elaboró un cheque denominado Inti o Curi, según el grupo que lo use, este cheque es debidamente certificado y funciona dentro del círculo conformado por 50 personas. Los productores que participan en el trueque tienen como respaldo esta moneda moderna popular, que se ha convertido en una alternativa y con ello los autores demostraron que no necesariamente se debe tener el dólar, la moneda oficial de Ecuador a la fecha de esa práctica, para desarrollar actividades productivas.

A través de esta iniciativa, manifiestan que pueden romper el monopolio de los bancos. Creen que no se trata simplemente de un intercambio de productos, es sobre todo un intercambio de sueños, de valores culturales que puede tejer una red social importantísima donde el ser humano es lo más importante.

---

<sup>123</sup> Municipio de Cotacachi. Estudio de caso URBAL., 2003.

- **Trueque**

El trueque estuvo reconocido en el artículo 253 de la Constitución de la República 1998. Varias comunidades en los sectores rurales aplican esta modalidad. En la provincia del Carchi, se identificó al rey del trueque, su ámbito es local. En el sitio web Duende Trueque, se puede observar un esfuerzo comunitario para impulsar esta forma de comercialización en el Austro del país, los resultados son de una creciente participación.

- **La Minga**

La minga (en quichua: minka) es una antigua tradición de trabajo comunitario o colectivo con fines de utilidad social. Es un sistema que se usa desde la época precolombina. Puede tener diferentes finalidades tales como la construcción de casas, infraestructura comunal de canales de riego, caminos vecinales, cosecha de papas y trigo, entre otras, siempre con una retribución para quienes han ayudado. Se practica principalmente en las zonas rurales de Perú, Ecuador, Bolivia y Chile. Esta contribución propia del hombre andino, ha permitido que las comunidades que la practican alcancen obras de infraestructura, que de otra manera fuera a veces inalcanzable.

En las áreas rurales de Ecuador, es común encontrar grupos de migueros compartiendo el trabajo comunitario, pero también la solidaridad en la comida y como punto de encuentro de la relación social de las participantes.

Aunque es ancestral esta actividad, no se la valora, ni se la utiliza como política solidaria, las tendencias del trabajo utilitario también han reducido esta propensión a trabajar en conjunto, otras veces se ha criticado que el trabajo en minga tiene deficiencias por falta de capacidad de los mingueros, en especial en trabajos de alguna complejidad. Sin embargo, en Perú se pondera que durante los dos gobiernos de Acción Popular con el presidente Fernando Belaúnde Terry (1963-1968 y 1980-1985), se creó una institución estatal a la que se denominó Cooperación Popular. Los beneficios de la experiencia fueron espectaculares en esos casi diez años. Se logró realizar en el Perú, más infraestructura que en casi toda la época republicana (de 1821 hasta 1963). Esos resultados derivaron en cientos de kilómetros de carreteras, acueductos, obras comunales y municipales e infraestructura de otro tipo.

Varios gobiernos locales ecuatorianos incentivan la minga entregando materiales y la población beneficiaria la mano de obra. Así se han construido cientos de casas comunales, centros deportivos, arreglado locales educacionales y más. Al final de la minga se comparte la comida comunitaria, que aviva los lazos de la confraternidad y solidaridad de los pobladores.

## 2.4 Los soportes de la Economía Solidaria

Para impulsar este modelo alternativo desde la Academia y desde las prácticas diarias se sugiere apoyarse en el Emprendimiento Solidario, el Marketing Social y la Prospectiva. Cada uno de estas manifestaciones científicas aporta significativamente al modelo que de por sí se autotitula alternativo. No se desea mantener un statu quo sino modificar el porvenir, no al destino ya trazado en el nacimiento en que unos pocos son ricos y el resto debe ser pobre. Todos pueden edificar escenarios diferentes.

- **Emprendimientos Solidarios**

La fiebre del emprendimiento se ha desatado en el país desde mediados de la década de los noventa e inicios de este Siglo XXI, tanto es así que de acuerdo a la investigación mundial auspiciada en los Estados Unidos e Inglaterra, se determina que el Ecuador ostenta el **TERCER LUGAR** entre 25 países analizados, después de Perú y Uganda.<sup>124</sup> Más no ha resuelto la falta crónica de generación de empleo, y desempleo encubierto. Sus indicadores son elocuentes fluctúa entre el 9 a 11% de desempleo abierto y alrededor del 60% de desempleo encubierto en los últimos años.

Esta estructura negativa en generación de empleo se acentuó por un lado, con las directrices determinadas por el Fondo Monetario Internacional de reducción del tamaño del Estado hasta el 2006, y por otro lado, las fusiones de las empresas privadas para competir de una mejor manera y que se iniciaron con gran intensidad a mediados de los años noventa del Siglo XX. Ante estas realidades dolorosas el paradigma salvador se levanta y se cree a pie juntillas como remedio a nuestros males económicos y sociales al EMPRENDIMIENTO o creación del propio negocio.

Pero las panaceas no están en ningún lado sin esfuerzo, la experiencia establece que cuando el negocio va bien encaminado, aparecen inmediatamente los competidores con inusitada intensidad. Cabe prepararse para no caer en la desilusión, si los resultados de este nuevo paradigma no son los esperados.

A fines de los años ochenta se cocinaba un concepto en el Norte, era el Emprendimiento, o Entrepreneurship, que pregonaba la creación de las denominadas Pymes o pequeñas y medianas empresas, para últimamente arribar a las Mipymes, es decir micros, pequeñas y medianas empresas, ellas hoy están de moda, en especial en varias universidades, en el gobierno central y local.

---

<sup>124</sup> Reporte Global de Emprendimiento Ecuador 2004. Metodología BABSON/London School Of Economics and Political Science.

Del estudio realizado por la Escuela Politécnica del Litoral, ESPOL, ya señalado, se desprende que las microempresas se crean por necesidad, falta de empleo básicamente, pero que no progresan, ya que sus visiones son de negocios para manutención y no de crecimiento. Estos emprendedores tienen educación media o baja, utilizan tecnología antigua o con poca innovación. Estos inversionistas no se sienten atraídos por asumir riesgos, la estructura administrativa es escasa y sin dirección.

Por tanto, las microempresas no se crean por oportunidad, debido a una serie de carencias legales y administrativas como son la ausencia de un marco adecuado para el desarrollo de estas unidades productivas, muy pocas entidades se dedican a investigar y determinar los mercados potenciales para que se instalen las futuras producciones. Los centros de educación superior, los organismos de capacitación formales y no formales preparan emprendedores en serie, pero ellos mismos admiten que al final de su preparación no hay financiamiento para los proyectos de los potenciales empresarios.

La Universidad Andina analizó y concluyó que los nuevos emprendedores deben acudir en orden de importancia a recursos propios, préstamos bancarios, familiares y otros incluso chulqueros para financiar sus negocios.

Todo apunta al éxito, pero la pregunta ¿Será por fin la varita mágica que nos conducirá al sueño de lograr un país equitativo y productivo y del primer mundo?

A esto se suma la nueva mentalidad en la educación secundaria y superior: preparamos ayer burócratas, ahora emprendedores.

De las palabras del ex-Presidente del CONESUP<sup>125</sup>, se desprende que el cambio total de mentalidad ahora ya involucra a los Centros de Educación Superior. “El desafío de la competitividad es inexcusable en un mundo internacionalizado. Sin competitividad estamos condenados al atraso y al subdesarrollo. Tenemos que ser competitivos para participar en los mercados internacionales y, a la vez elevar el nivel de vida de su población.

No seremos competitivos sin una universidad de calidad mundial. Conformarse es ser mediocres.

No se puede coartar la creatividad ni la capacidad emprendedora del ser humano. No podemos sentirnos satisfechos formando exclusivamente profesionales que busquen empleo, debemos sobre todo formar profesionales que generen empleo.

---

<sup>125</sup> Baquero Edwin. CONESUP. Folleto promocional.

Así, la Universidad debe adoptar entre sus postulados el concepto de aprender a aprender”.

Bajo estas modificaciones conceptuales la universidad se señala incuba al nuevo líder. De una revisión de los contenidos de las materias de las 66 universidades que funcionan en el Ecuador, un significativo número observan signos de cambio.

La microempresa está en el menú académico incluso en los cinco últimos años de las unidades educativas, siendo las incubadoras de base tecnológica, una opción que se la ha impulsado para tener emprendedores capacitados.

Más no cabe quedarse en el emprendimiento individual, sino avanzar hacia el emprendimiento solidario una tarea más compleja y que exige mayor responsabilidad, levantar no un empresario sino miles al mismo tiempo que se asocien y trabajen en su propia empresa.

- **Marketing Social**

Hace más de 38 años se utilizó por primera vez el término Marketing Social<sup>126</sup>, así surgió este nuevo enfoque académico, pero que hasta el momento tiene restricciones por la dificultad de compatibilizar los conceptos del Marketing General con la realidad teórica y práctica de esta área.

Se trata, por tanto de adaptar conceptos tradicionales como delimitación de mercados, segmentación, posicionamiento, diseño de canales adecuados, organización, ejecución y control estratégicos al cambio de comportamiento que es la primacía del mercadeo social. Por tanto, el nuevo lema es CAMBIAR LA ACTITUD.

La aplicación del Marketing Social ya ha beneficiado a discapacitados físicos, sensoriales, mentales, a comunidades de emigrantes, drogadictos, delincuentes etc. Ahora el marketing social apunta a ser soporte de la Economía Solidaria.

Este nuevo enfoque está siendo utilizado gracias a la ampliación de la participación ciudadana local, que va entendiendo que con su pleno concurso y modificación de comportamiento se puede lograr resultados sea en los gobiernos nacional, provincial o seccional, así como los que provienen de sectores privados o comunitarios o de origen internacional.

---

<sup>126</sup> Leal Jiménez Antonio. Gestión del Marketing Social. McGrawHill. 2000.

El Marketing Social aplicado con éxito desarrolla procesos y estrategias para fomentar actitudes altruistas y solidarias encaminadas a favorecer los cambios sociales en las comunidades receptoras.

### **Características**

Mediante acciones en estos campos la tarea del marketing social cobra un dimensionamiento que es valorado por la comunidad. Así actúa en:

- Mercados con Demanda Negativa
- Temas Especialmente Delicados como: el SIDA, alcoholismo, tabaquismo y, más.
- Actuar pese a que los Beneficios no sean Evidentes a toda la Sociedad
- Favorecer a Terceros sea quienes sean.
- Lograr efectos a Largo Plazo.
- Resolver Conflictos Culturales.
- Colaborar incluso con presupuestos limitados.
- Públicos heterogéneos.
- Ausencia de una mentalidad de mercadeo.
- Ausencia de oportunidades para modificar al comportamiento.

### **Marketing aplicado al Comercio Justo**

Por la carencia de recursos de las organizaciones de Comercio Justo se recurre a un marketing más especializado y que se fundamenta en 4 pilares. Según "Otra manera de hacer negocios", ya referido, estos son: la credibilidad, la accesibilidad, la calidad y el precio, llamado también el cuadrado mágico del comercio justo que permite una total información al cliente.

El cambio de comportamiento del consumidor tiene 5 factores englobados en las alternativas que ofrecen los productos de este comercio justo, los incentivos del tipo económico inmaterial, las actitudes positivas hacia la compra, la información transparente recibida y los resultados percibidos.

- **Prospectiva o creación de escenarios solidarios.**

Conceptualmente, PROSPECTIVA se define como la disciplina que estudia las causas de los futuros posibles, los probables, los deseables y los indeseables para comprenderlos y, en lo posible, influir en ellos.

Se hace Prospectiva para:

- Acelerar del cambio
- Reducir el aumento de la incertidumbre
- Entender que el futuro no está escrito en ninguna parte

El futuro es la razón de ser del presente Para ello las actitudes frente al futuro son:

- Pasiva: no hacer nada
- Reactiva: política de apagafuegos
- Pre – activa: anticiparse a los cambios
- Pro – activa: provocar el cambio

Con la prospectiva se estudia el futuro para comprenderlo e influirlo. Aunque de hecho es, paradójicamente, una ciencia sin objeto que se mueve entre la necesidad de predecir lo que puede ocurrir y el deseo de inventar el mejor futuro posible.

Se utiliza a la Prospectiva en el marco de la Economía Solidaria para anticipar el futuro y así determinar las amenazas y oportunidades que se presentarán en los diferentes futuros y construirlos mediante las acciones oportunas en el tiempo y en el espacio. Escenarios amigables al hombre y a la tierra que se quiere construir. No al fatalismo nací pobre y pobre he de morir.

Los 3 niveles de análisis son:

**PREDICCIÓN** como operación para la cual se proyectan las **TENDENCIAS** del pasado que permiten arribar a un cierto futuro previsible.

**PREVISIÓN** que es la visión imaginativa de un futuro posible.

PRESCRIPTIVO que son proyecciones sobre el futuro orientadas normativamente, en las cuales la inserción de valores y opciones se hacen en relación a como se vislumbra un futuro específico.

## Reflexiones Finales del Responsable

El recorrido de estas páginas nos lleva a reafirmar la firme creencia que Otra Economía está vigente, que no está en las aulas, sino que se forja en la vida diaria mediante el coraje de los grupos asociados y solidarios. Alguien mencionó no crean todo lo que dicen los profesores de la economía convencional en las cátedras universitarias, la vida real es diferente. Yunus botó las teorías que estudió en los Estados Unidos y que enseñaba en sus clases de economía, porque no daban respuesta a la infamia que estaba a la vista en su país con millones de pobres sin futuro. Es que los ejemplos que viven las comunidades son una especie de anti economía a los postulados aceptados desde varios siglos atrás.

Quizás Heilbroner <sup>127</sup> nos aclare un poco las circunstancias que han marcado a este movimiento solidario. Se podría considerar que el economista utópico Robert Owen y su famosa fábrica en la aldea New Lanark, entre los años 1815 a 1825, en las montañas agrestes de Nueva Escocia, marcaba una tendencia de respeto al hombre y a la naturaleza en plena revolución industrial y sus inmisericordes formas de trabajo.

Como soñador planteó la creación de las aldeas cooperativas de propiedad de los pobres, propuesta rechazada por una sociedad que entendía al mundo bajo el lema del dejar hacer, dejar pasar. Nunca se aceptó en esa época que podía haber comunidades productivas de pobres. Sin embargo, de que en vida, Owen no triunfó con sus ideas, miles de cooperativas surgieron en Inglaterra y los principios y valores de Rochdale marcaron la orientación productiva del actual cooperativismo. Está claro que en la Economía Solidaria, la posesión y los beneficios de la organización comunitaria corresponden a productores comunitarios y solidarios de bienes y servicios.

Cuando Yunus <sup>128</sup> nos recomienda si quieres atender con un crédito a un pobre no cumplas las recomendaciones de la banca tradicional, ellos, los banqueros dan plata a los que no necesitan, pero niegan a los que necesitan, ni en sueños prestar a los pordioseros. El banco que organizó Yunus, no es de unos pocos propietarios es de millones, son los dueños, en realidad las dueñas, porque son el 97% de mujeres, y ellas y ellos devuelven el dinero prestado a su banco con un mínimo de morosidad, no se gasta en pagos a los abogados, por tanto las garantías no son

---

<sup>127</sup> Heilbroner Robert L. Vida y Doctrina de los grandes economistas. Tomo I. Ediciones Orbis S. A. 1985.

<sup>128</sup> Botasso Juan. La pobreza no es invencible. Pensamiento y praxis de Muhammad Yunus. Varios auspicios. Diciembre 2007.

requeridas. Esto los profesores de finanzas no se atreven a enseñar, más bien explican exhaustivamente el funcionamiento de garantías, de tasas de interés de mercado, del cumplimiento de las normas de Basilea I, II, III y seguirá la numeración in crescendo. Estas normas no pudieron prevenir la crisis financiera 2007, ni el peligro de especuladores, o estafadores del Siglo XXI.

Las fuerzas de la Oferta y la Demanda forman los precios y los consumidores siempre persiguen pagar el menor precio, pero en el Comercio Justo, que de paso no es el libre comercio que predicana a favor de los países pobres, se paga un sobreprecio. Estos consumidores responsables no responden a mapas de curvas de indiferencia, ni a conceptos de utilidad marginal del consumidor, se guían para su adquisición de información social sobre el producto motivo de compra en el Comercio Justo y con su acto saben que están creando un valor social en los ingresos que reciben las familias productoras pobres del mundo.

El comercio libre es de dos vías exportaciones e importaciones, el Comercio Justo es de una vía, permite la exportación desde los pobres hacia los consumidores responsables sin restricciones.

Igualmente, el capital y su acumulación permanente, se pregona, crean la riqueza aunque sea en pocas manos y se vuelve a reinvertir y así los ricos dan empleos a los pobres<sup>129</sup>. Pero es complicado generar el capital social o el bienestar acumulado en las comunidades pobres. Mientras el capital se mide en unidades monetarias de sus componentes sea infraestructura, bienes de capital o dinero en efectivo, el capital social, además de ello mide el avance del hombre en sus indicadores sociales. No se desea personas solamente con mayor ingreso per cápita, sino que esté acompañado de una mínima o nula desnutrición, de erradicación del analfabetismo, de capacitación, de condiciones de salud y salubridad, de vivienda digna, en fin que viva mejor.

La empresa capitalista puede pagar muy bien a sus empleados, pero no le importa si su vida es una tragedia. Se quiere una forma diferente de encarar los problemas de la sociedad y acumular aspectos positivos en todos los ámbitos desde la empresa.

Otra gran controversia es la comparación de cómo se asignan los recursos económicos, en la economía convencional. La inversión se realiza utilizando los costos de oportunidad, en un mercado perfectamente competitivo, que se presenta al dueño del capital respecto a una u otras

---

<sup>129</sup> El modelo de Adam Smith en su mundo maravilloso era simple: los inversionistas, siempre pocos, obtienen beneficios, éstos se invierten en máquinas, para operarlas se debe contratar más mano de obra, los salarios se elevan, pero salarios más altos, los beneficios descienden y la expansión productiva se extingue, pero la demanda de mano de obra también disminuye sino hay inversión, los salarios bajan, los beneficios vuelven a elevarse. El proceso de acumulación prosigue. El resultado un paraíso con trabajo duro. Heilbroner Robert L. Ob. Cit.

actividades productivas que debe escoger. La mejor rentabilidad financiera que arroja un determinado proyecto, inclina la balanza del dueño del capital para tomar un riesgo determinado. Pero en la Economía Solidaria, esto no sucede así, el capital está en manos de un administrador que no puede hacer lo que desee, sino que orienta sus flujos financieros con sentido social, de esta manera el lucro financiero es lo de menos, aparecen así los bancos éticos, las inversiones socialmente responsables, que no revisan tasas internas de retornos sino índices de bienestar real.

Podríamos proseguir hasta el infinito, pero esta Economía dice no hay escasez de recursos sino que están mal administrados. Recordemos que el estudio "Los Límites del Crecimiento" realizado por el Club de Roma del año 1972, establecía que la producción ya no podía abastecer a la población de la época y peor de las nuevas décadas, pero estamos al 2010 y la producción si puede satisfacer a más de 7.000 millones de bocas. La moneda como está diseñada es un obstáculo a la abundancia, su revisión es urgente.

La riqueza puede ser ampliada con los nuevos factores de la producción, ellos no exigen una contraprestación. El voluntariado, la minga mundial, dinero sin intereses, recursos naturales conservando incluso el ordenamiento paisajístico, tecnologías libres, y más crearan riqueza para los que necesitados.

Parece que en el rompecabezas de este modelo alternativo nadie esclarece su nacimiento, pero si se tiene la certeza que el futuro es alentador, que la pobreza debe estar en el museo, como predica Yunus, que la solidaridad es mejor que la hipercompetencia, que miles de millones eleven su estándar de vida y no solamente los multimillonarios que aparecen en la revista Forbes cada año, en una apología de las consecuencias del hombre lobo del hombre.

Hagamos eco de una inquietud profunda, porque nos referimos a todos los sectores e incluso a la Economía Solidaria con el término alternativo. Dos pensadores<sup>130</sup> se preguntan alternativo pero a que: ¿al capitalismo o al socialismo centralizado o más bien a los dos?. De entrada, señalan, estamos cediendo espacio a lo que se quiere oponer, afirman. Mas coinciden en las variadas iniciativas productivas que surgieron en el marco del capitalismo y que no pueden ser rechazadas con un criterio simplista, que raya en lo fundamentalista y es cerrar las puertas a enclaves de solidaridad en el seno del modelo hegemónico imperante.

Puntualizan que las iniciativas comprenden desde pequeñas unidades productivas locales de trabajadores en barrios marginales hasta

---

<sup>130</sup> Boaventura de S. Santos y Rodríguez César. Para ampliar el canon de la producción. Revista Otra Economía. Volumen I. N° 1. Septiembre 2007.

cooperativas prósperas y economías regionales basadas en la cooperación y la solidaridad.

No queremos cortapisas de ninguna naturaleza a la libertad, a la invención del hombre. A todos los quieran ayudar bienvenidos. Nadie puede eximirse de formar parte de este nuevo modelo de economía, porque todos producimos y consumimos.

Para finalizar traigo a colación, un ejercicio de memoria que Juan José Sarachu Oneto manifiesta en Quo vadimus ¿A dónde vamos?, del documento general “La Economía Social en Iberoamérica”. Era en el año 1999, recuerda en una conferencia de Enrique Iglesias, Presidente del BID – le oí decir - si no me traiciona la memoria – algo así:” Que el siglo XIX había sido el siglo de la Libertad; que el siglo XX comenzó para ser el siglo de la Igualdad y estamos terminando en tremendas desigualdades; pero a mediados del siglo XXI comenzará el siglo de la Solidaridad y la Fraternidad”.

Pongamos los cimientos desde ahora si estamos de acuerdo.

## **Organizaciones y Productos de la Oferta de Comercio Justo en el Ecuador**

### **1 AAPCAF**

CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO, CAMELOS DE CAFÉ ,LICOR DE CAFÉ, CHOCOLATES DE LA AMAZONIA

### **3 APCCOB**

CAFÉ, CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO, CAFÉ MOLIDO

### **4 AGROEXPORTADORA MAQUITA CUSHUNCHIC**

CACAO EN GRANO, PANELA, MERMELADAS DE FRUTA, CHAMBUROS, SETAS DESHIDRATADAS, ARROZ DE CEBADA, AVENA, FREJOL ROJO, MAIZ MOTE, PINOL, QUINUA, ARROZ, NACIMIENTO DE TAGUA, SET COLLAR, PULSERAS Y ARETES, NACIMIENTO ESTILIZADO DE TRES PIEZAS, LLAVEROS DE DISEÑOS VARIOS, NACIMIENTO HUIPALA 3 PIEZAS, MASCARAS DEL BALSAS, PULSERAS DE CUBOS, TAGUA, PAÑOLETAS VARIOS COLORES, HAMACA ORLON DE COLORES, NACIMIENTO CUTUL , IDOLO CHORRERA SENTADO, CUADROS TEXTIL , COLGANTE TAGUA PLACAS CON REGULADOR, CORONAS CON NACIMIENTO, BOLSOS DE LANA PARA JARDINERIA, CLOUCHES CHENILLA, COLECCIÓN CAIMITO, COLECCIÓN ANAMORA  
JUEGO TAGUA COLLAR DOBLE VARIOS COLORES, ADORNO PARA ESFEROS, GUANTE PARA BAÑO, CACAO ASE (Arriba Superior Época), CACAO ASS (Arriba Superior Summer)

### **5 ARAZA ECUADOR**

CHOCOLATE ORGANICO, BANANA ORGANICO, CAFÉ GALAPAGOS, TOMATE DE ARBOL, CAFÉ DE INTAG ORGANICO, PULPA DE NARANJILLA, PULPA DE TOM ATE DE ARBOL, BABACO EN ALMIBAR, PALMITOS ENTEROS, CHOCOLA TE ECUATORIANO, CAJITA DE CHOCOLATES, MERMELADA DE MORA ANDINA, PEPA DE ZAMBO, AJI ROCOTO ANDINO, UVILLAS DESHIDRATADAS, QUINOLA QUINUA NATURAL, CAFÉ DE GUIL.

### **6 BIOLCOM**

ORITO RECUBIERTO DE CHOCOLATE, JUGO DE PIÑA, SAL GOURMET, CHOCOLATE EN BARRA, FRUTAS TROPICALES DESHIDRATADAS, ALOE VERA, HORCHATA Y TE, TE ARTEMISIA ANUA o AJENJO, EXTRACTO DE PLANTAS, DE FRUTAS, LICORES

DESTILADOS DE FRUTAS Y ACEITES ESTERICOS, MADERA TECA (TEAK WOOD), VINAGRE 100% DE FRUTAS.

## **7 CADO ECUADOR**

ETHANOL EN SOLUCION

## **8 CAMARI**

PANELA GRANULADA, INFUSIONES MEDICINALES, MERMELADAS, MAIZ AMARILLO, ARTICULOS DE FIBRA, SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA, INDIVIDUAL DE PAJA TOQUILLA, ARTICULOS DE CERAMICA, NACIMIENTO DE MASAPAN, ARTICULOS DE TAGUA, HORCHATAS Y BEBIDAS NATURALES.

## **9 EL FINQUERO**

BEBIDAS TONIFICANTES DE TUNA, UNGÜENTO ANTIRREUMATICO, UNGÜENTO CONTRA ESPINILLAS Y BARROS, CREMA NUTRITIVA.

## **10 EL SALINERITO**

AZUCAR MORENA Y BLANCA, PANELA GRANULADA, HONGOS SECOS DESHIDRATADOS, POLVO DE HONGOS, MERMELADAS, JUGO DE MORTIÑO, INFUSIONES AROMATICAS, TURRONES DE MACADAMIA, CACAO EN GRANO, PASTA DE CACAO, BUFANDAS, GUANTES, GORRAS, SWETERES Y PONCHOS DE LANA DE OVEJA, ALPACA, LLAMA O ALGODÓN, CANASTAS DE PAJA, BOLSOS DE LANA.

## **11 FUNDAMYF**

HABA, FREJOL O FRIJOL, CEBADA, AMARANTO NEGRO, QUINUA, CHOCHO O TAWI, ARVEJA, MAIZ MOTE, HARINAS DE: QUINUA, HABA, ARVEJA, BARRA ENERGETICA (QUINUA Y AMARANTO), SOPAS DE ARROZ DE CEBADA Y DE QUINUA, COLADA SABOR A VAINILLA Y CHOCOLATE, GRANOLA, PASTA DE QUINUA.

## **12 FUNDACION CHANKUAP**

ACEITES ESENCIALES DE : JENGIBRE, ISHPINK, HIERBA LUISA, ACEITE ESENCIAL DE CURCUMA, MANI NATURAL DESHIDRATADO, ACHIOTE DESHIDRATADO

## **13 HEALTHYFARMS S.A**

MANGO ORGANICO CON TROZOS CONGELADOS, PIÑA ORGANICA

CON TROZOS CONGELADOS, BANANAS ORGANICAS EN RODAJAS CONGELADAS, PURE DE BANANO.

**14 IMAGROSA S.A.**

SANDIA, MELONES, MANGO ORGANICO, PLATANO, CEBOLLA.

**15 NATURE FARMINGS**

PIÑAS ORGANICAS.

**16 PILOT S.A.**

MANGO ORGANICO.

**17 QUIRUORGANICO**

HIERBAS MEDICINALES, VEGETALES EMPACADOS.

Fuente: Directorio de la Dignidad. Fundación FEDA. 2008. Auspicio de UNCUE, Castilla La Mancha, consumidores.coop. España.

Elaboración: Autor

### **Red Banco Grameen Ecuador**

La propuesta Grameen encontró tierra fértil en Ecuador. Desde el año 2000, cuatro instituciones que asumieron la propuesta metodológica Grameen, han logrado una cobertura que se acerca a las 10.000 personas, en su mayoría mujeres, las cuales han recibido apoyo financiero y capacitación para inicio y expansión de actividades generadoras de ingreso y empleo. Estas instituciones el 17 de noviembre del 2004, en la sede de Hogar de Cristo, en Guayaquil, puerto ecuatoriano, se constituyó la RED GRAMEEN ECUADOR. El 19 de marzo del 2005 se realizó la segunda reunión en Quito.

#### **Los objetivos, se fijaron basados en los de la Red Global Grameen:**

Desarrollar una propuesta y marco conceptual a nivel nacional, con el compromiso de contribuir a superar los niveles actuales de extrema pobreza, mediante la articulación e intercambio de experiencias entre organizaciones que replican la metodología Grameen.

#### **Desarrollan los siguientes objetivos específicos:**

1. Apoyar la coordinación y monitoreo del progreso en la implementación de programas efectivos de ahorro y crédito tipo Grameen, dirigidos especialmente a mujeres, para alcanzar un desarrollo humano participativo, equitativo y sostenible.
2. Apoyar la capacitación, asesoría y asistencia técnica a todos y cada uno de los miembros de la Red, especialmente para el fortalecimiento institucional.
3. Establecer y fortalecer vínculos con organizaciones nacionales, regionales e internacionales para la movilización de recursos que apoyen proyectos de réplica Grameen.
4. Generar conciencia respecto a las bases filosóficas de la propuesta y metodología Grameen y su enfoque hacia el desarrollo humano sustentable.
5. Compartir entre los miembros de la Red experiencias y dificultades, mejorando las prácticas existentes, con el fin de elevar, tanto los estándares de funcionamiento para lograr sostenibilidad, como la promoción del desarrollo social y comunitario, mediante una

adecuada implementación de aspectos metodológicos relativos a la organización, participación y tratamiento de la Agenda Social.

6. Crear un diálogo entre miembros de la Red para impulsar propuestas relacionadas con el impulso a políticas públicas, marcos legales, rol del sector privado y otros temas que permitan incidir en espacios legales y normativos para intentar cambios favorables.

### **En las “Huellas del Banco Grameen”**

Esta iniciativa nace en la ciudad de Loja en febrero del año 2000 apoyado por un grupo de mujeres quienes hicieron realidad el sueño de contar con un programa enfocado a combatir la pobreza.

Fue la primera experiencia de micro crédito con la metodología del Banco Grameen en el Ecuador, al momento se han formado 53 centros, y entregado alrededor de 6400 créditos. El total de socias hasta el 2004 que han sido atendidas suman alrededor de 2.050, tanto del área urbana como rural de Loja. La tasa de recuperación es del 99.54%.

Se estimula en las socias el mantenimiento de ahorros semanales en su cuenta personal, esta se alimenta con el aporte del 5% de cada crédito más el aporte semanal. El ahorro (108076.00) representa el 40% de la cartera vigente.

Los créditos se invierten en todos los sectores de la economía, en las más diversas actividades, pudiendo hacerlo en forma individual o comunitaria. Los montos máximos de crédito individual son de hasta 400 dólares y para microempresas comunitarias desde 1000 a 3000 dólares.

### **Programa de Microcrédito Grameen de FUDECE**

Iniciado en un barrio de Quito, capital del Ecuador, en febrero 2003, con un pequeño aporte de algunas socias de la Fundación, logra movilizar mayores recursos hacia octubre de ese año, expandiéndose a otros sectores de alta concentración de pobreza.

La Directora Ejecutiva de FUDECE realizó una visita de estudio al Banco Grameen y asistió al 34er. Diálogo Internacional Grameen en 1999. En el 2001 tomó un curso de entrenamiento para Gerentes de Sucursal en el Instituto de Capacitación del Banco.

A mediados del 2003 FUDECE apoya el inicio del Programa Grameen Amazonas en Lago Agrio, provincia amazónica de Sucumbíos, ubicada en la conflictiva frontera con Colombia. Hacia mediados del 2004, inicia

actividades en Esmeraldas, provincia costeña, también situada en la línea fronteriza norte, afectada por una compleja problemática social que agrava la aguda situación de pobreza existente.

Hasta Marzo del 2005 ha entregado US\$ 213.937.18 en 372 préstamos directos por un monto de US\$ 190.937.18 y US\$ 23.000 a Grameen Amazonas. La cartera vigente es de US\$ 81.449.70, de los cuales US\$ 18.000 se otorgaron a Grameen Amazonas. Tiene 240 beneficiarios de crédito, con un 75% de mujeres en Quito y un 100% en Esmeraldas.

### **Cooperativa de Ahorro y Crédito “DETODAS”**

En mayo del 2002 se creó la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Detodas”, con el propósito de brindar apoyo financiero y capacitación a mujeres de muy escasos recursos e ingresos, y con fuertes restricciones de acceso al crédito.

La cooperativa aplica la metodología Grameen y su Estatuto fue aprobado mediante Acuerdo Ministerial 1698, el 18 diciembre del 2002.

Los créditos se pagan en pequeñas cuotas semanales, en un plazo de 6 meses. El primer préstamo es de US\$ 110 dólares, la cuota semanal, que incluye amortización e intereses, es de US\$ 4,40. Los siguientes van aumentando en US\$ 100 dólares cada uno, dependiendo del avance de su negocio.

Se logró promover el hábito de ahorro entre las socias prestatarias, equivalente al 40% de la cartera vigente de US\$115.934. Adicionalmente, existe un grupo de socias y socios que, sin recibir créditos, aportan capital y hacen ahorros en la cooperativa. Estas 67 personas, en agosto 2002, aportaron un capital semilla de US\$ 4.500; en dic. 2004 ya son 127 personas y tienen depósitos por US\$ 85.528, lo que ha permitido satisfacer los requerimientos de créditos.

Se apoya también la capacitación, el desarrollo personal, con la constitución de un Centro de Desarrollo Microempresarial y un Seguro de Salud.

### **Banco Grameen Amazonas” - Fudicsol.**

Es un programa de la Fundación Fudicsol, sin fines de lucro. Fudicsol, se crea el 10 de marzo del 2003. Acuerdo ministerial No. 0633 del 7 de noviembre del 2003 por el MBS. El programa “Banco Grameen Amazonas” se crea el 9 de diciembre del 2003.

Objetivo: Combatir la pobreza promoviendo el empoderamiento y el desarrollo humano a través del apoyo financiero y capacitación a personas de muy escasos recursos.

### **Bancos Comunales**

Un banco comunal en esta Red está conformado por hasta 6 grupos de 5 mujeres cada uno. Ya han se formado más de 979 bancos con un total de 12.550 socias, cerca de US\$1.420.000 de cartera vigente, con un ahorro acumulado de US\$ 618.988. Estas cifras han crecido en los últimos años de manera sostenida. 841 mujeres recibieron charlas iniciales y de fortalecimiento durante el proceso de crédito.1.076 microempresarias participaron de los cursos artesanales.300 directoras de bancos comunales participaron en el taller de derechos ciudadanos.

### **Iniciativas Empresariales Asociativas**

Ejemplos de Iniciativas Empresariales Asociativas son: Distribución y comercialización de leche; Asociación de Corte y Confección (producción y comercialización de camisetas, mochilas, musetas, capas de graduación); Artesanías de papel reciclado (tarjetas, estuches, separadores de libros, pesebres navideños, etc.); Canasta Solidaria con 20 productos.

Fuente: <http://www.hogardecristo.cl/>. Red Grameen Ecuador.

Resumen: Responsabilidad del autor

### **Cotacachi: Gobierno Local Transparente y Participativo**

En Cotacachi como en la mayoría de municipios de Ecuador de fines del Siglo XX, las administraciones se caracterizaban por ser excluyentes y sin planificación. Sin embargo, a partir del año 1996, con la elección del primer alcalde indígena en el cantón, se inicia un nuevo modelo administrativo que incluye la participación ciudadana en la gestión municipal. Se crea la Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi-AUCC, integrada por la sociedad civil y que actúa como un mecanismo de control social, gestora de cambios significativos para el cantón.

Se implantó el Presupuesto Participativo por primera vez en el país, en la Quinta Asamblea del año 2000. A través de estos procesos, los ciudadanos pueden analizar problemas locales, definir las potenciales soluciones y monitorear la planificación y el presupuesto municipal.

En este cantón coexisten pueblos mestizos, indígenas y negros. En el año 2001, la población del Cantón era de 37.215 habitantes, en el área urbana estaban 7.489 habitantes y en la rural 29.726 habitantes. Pese a ello, las administraciones canalizaban mayores recursos municipales hacia las áreas urbanas. Desde 1996 se implementa en Cotacachi un Nuevo Modelo de Gestión Democrática Participativa. Se elaboró un Plan de Desarrollo Cantonal con la participación activa de la ciudadanía para evitar la corrupción y promover la transparencia, basándose los principios milenarios del Pueblo Quichua: "AMA KILLA, AMA LLULLA, AMA SHUA" ("No ser ocioso, no ser mentiroso y no ser ladrón").

Como las actividades económicas se han diversificado y fortalecido, en producción agropecuaria, manufacturera y artesanal (principalmente, la producción de artículos de cuero e instrumentos musicales), turística-hotelera y comercial. Últimamente, se desarrolla la producción agroindustrial de flores, frutas y espárragos, destinados a la exportación.

El Presupuesto Participativo se impuso pese, a que la Ley Orgánica de Régimen Municipal del Ecuador establecía que, "el presupuesto es un acto del Gobierno Municipal. El proceso presupuestario municipal se basará en la programación de los ingresos y en la planificación de las actividades municipales, coordinada con los planes nacionales o regionales de desarrollo, sin perjuicio de la autonomía municipal para dirigir sus propias inversiones"

Los objetivos fundamentales del Presupuesto Participativo se orientan a:

- 1) Crear conciencia sobre el interés e importancia de la participación ciudadana
- 2) Dar posibilidades de aprovechar recursos (financieros, materiales, naturales)
- 3) Fortalecer el sistema organizativo del cantón y la democracia participativa

En la primera Asamblea Cantonal asistieron cerca de 500 personas, de todos los sectores geográficos, rurales y urbanos, andinos y subtropicales, y también por etnias. Varias organizaciones internacionales apoyaron esta reunión. En promedio los asistentes para las siguientes Asambleas alcanzan las 600 personas.

Los lineamientos de la AUCC son: el trabajo independiente, es decir, la Asamblea no pertenece al Municipio de Cotacachi; la participación de organizaciones de la sociedad civil y los criterios para definir proyectos. Más bien el Municipio es parte del Comité de Desarrollo y Gestión de la AUCC. Entre los objetivos de la AUCC se lee: Consolidar la democracia local participativa e impulsar el desarrollo integral y alcanzar una distribución equitativa del Presupuesto Municipal.

La AUCC se compone de seis comités intersectoriales: salud, turismo, educación y cultura, gestión ambiental y manejo de recursos naturales, producción, organización y modernización municipal, que representan los distintos sectores del Cantón, coordinados conjuntamente por el Consejo de Desarrollo y Gestión (CDG). La Asamblea se agrupa en diferentes organizaciones de base. Dentro del Municipio de Cotacachi se formó la Comisión Especial de Presupuesto Participativo con dos componentes: El Comité Ejecutivo y El Comité Técnico.

Por los resultados alcanzados en trabajar con organizaciones indígenas y otros grupos marginados como mujeres y jóvenes es reconocido a nivel nacional e internacional. Esto ha llevado a que varias organizaciones se interesen por vincularse con el Municipio y la AUCC.

La AUCC y el Municipio de Cotacachi: Discuten y toman decisiones acerca de temas que afectan al Cantón y a sus habitantes, Organizan talleres locales para empoderar a los ciudadanos y ayudarlos a establecer prioridades en diferentes procesos, entre los que se encuentra el proceso de Presupuesto Participativo liderado por el Municipio, impulsan y monitorean la implementación del Plan de Desarrollo del Cantón.

Básicamente la metodología del Presupuesto Participativo es: Definir la dinámica social y organizativa del cantón, puntualizar qué principios fundamentarán el proceso sea solidaridad, reciprocidad, transparencia, y

otros, especificar qué bases se tomarán en cuenta para su construcción, puntualizar cuál será la estructura participativa, es decir, con qué actores y con qué estructura organizativa se va a trabajar, determinar qué criterios objetivos se tomarán en cuenta en la distribución de recursos, establecer cuál será el desarrollo cíclico del Presupuesto

Los principios del Presupuesto Participativo que se aplican son: Participación socio-organizativa, étnica y territorial, solidaridad entre barrios, comunidades, organizaciones, gremios e instituciones públicas y privadas, reciprocidad y autogestión que valora el aporte económico de las comunidades, transparencia en la gestión del Presupuesto Municipal, objetividad en la asignación de los recursos, en la priorización de obras y proyectos, compromiso social y moral de construir la “Unidad en la Diversidad”, flexibilidad de la estructura del PP.

Por esta aplicación en el periodo 2004-2005, del presupuesto total del Municipio se destinó el 37% al Presupuesto Participativo, que corresponde al 100% del presupuesto de inversión. Este se dividió en dos componentes: uno para proyectos a nivel cantonal y otro para proyectos implementados a nivel zonal. El 39% del PP se destina a proyectos a nivel cantonal y el 61% a nivel zonal. Las demandas se procesan en cinco áreas: educación, salud, saneamiento, desarrollo económico y desarrollo social.

Uno de los componentes clave del PP son los Comités de Seguimiento, mediante veedurías ciudadanas para la implementación de los proyectos. Los miembros de estos Comités son capacitados en todos los temas relacionados con el diseño e implementación del Presupuesto Participativo. Por otro lado, la AUCC también actúa como un ente regulador, monitoreando las actividades de los comités intersectoriales del Municipio y los acuerdos con organismos internacionales que apoyan procesos de desarrollo en el Cantón.

### **Planes de Desarrollo Cantonal**

En 1997, se establece el Plan de Desarrollo Cantonal, que enfatiza en el mejoramiento de la calidad de vida de la población y el fortalecimiento de la participación ciudadana. Los Comités Intersectoriales se reúnen frecuentemente para definir los objetivos a largo plazo. El plan fue actualizado en el año 2002. Cada cinco años se analiza el progreso del plan y se modifican según las realidades cambiantes del Cantón.

Además, el Plan Estratégico del Consejo de Gestión Ambiental y Manejo de Recursos Naturales promovió la Ordenanza Ecológica, aprobada por el Concejo Municipal en el año 2000, que declara a Cotacachi como

“Cantón Ecológico”.

**Los resultados más importantes son:**

**Distribución adecuada del presupuesto.** Antes del año 1999 los recursos de inversión se destinaban en 70% al sector urbano y 30% al sector rural. Desde el 2003, el 25% se asigna al sector urbano, el 70% al sector rural y el 5% a la participación ciudadana.

**Dinamización de la economía.** Se organizan ferias y exposiciones, se impulsa al turismo, de visitantes nacionales y extranjeros, se propicia la venta de artesanías y comidas típicas.

**Analfabetismo.** Fue declarado libre de analfabetos en abril del año 2005.

**Salud.** El Plan Cantonal de Salud de Cotacachi muestra el mejoramiento de la infraestructura en la red de servicios de salud, dotación de equipamiento tecnológico moderno, implementación de medicina ancestral, entre otros. Además, se acude a la medicina tradicional, es decir, el uso de hierbas medicinales. Mientras en el año 2000, el hospital atendía al 37% de su capacidad, en el 2004 alcanzó el 82%.

**Involucramiento de Género, Generacional y de Etnias.** La ciudadanía está representada por hombres, mujeres, jóvenes y niños/as. El 50% de miembros de la AUCC son mujeres.

**Empoderamiento de la ciudadanía.** La población en Cotacachi es proactiva y, por tanto, genera propuestas. Por ejemplo, un proyecto importante y exitoso fue la difusión de la Ley de Maternidad Gratuita.

Entre los premios destacados que ha recibido se encuentran el Premio Internacional Dubai 2.000 a las “Mejores Prácticas”, del Municipio de Dubai de los Emiratos Árabes Unidos, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el Centro de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (HABITAT); el Premio Nacional “El Duende Soñador”, del Foro Interamericano por los Derechos de la Niñez y Juventud en noviembre de 2001; y el Premio Internacional “Ciudades por la Paz”, de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año 2002. Además, Cotacachi es socio del Observatorio Internacional de la Democracia Participativa.

Fuente: Municipio de Cotacachi. Cotacachi: Gobierno Local Transparente y Participativo. Informe Circular. 2006.

Resumen: Responsabilidad del autor

## **Direcciones electrónicas de interés**

ACI. Alianza Cooperativa Internacional. [www.ica.coop](http://www.ica.coop)

Banco Grameen. [wwwgrameen-info.org](http://wwwgrameen-info.org)

Banco Tríodos. [www.triodos.com](http://www.triodos.com)

BID. Banco Interamericano de Desarrollo. [www.iadb.org](http://www.iadb.org)

CEPES. Confederación Empresarial Española de la Economía Social. [www.cepes.org](http://www.cepes.org)

CIRIEC. Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa [www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)

EFTA. Asociación Europea de Comercio Justo. [www.european-fair-trade.association.org](http://www.european-fair-trade.association.org)

Espanica. [www.nodo50.org/espanica](http://www.nodo50.org/espanica)

FLO. Organización del Sello de Garantía. [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

Forética. [www.foretica.com](http://www.foretica.com)

Foros Sociales Mundiales. [www.fsm](http://www.fsm)

Grupo Mondragón. [www.humanityatwork.com](http://www.humanityatwork.com)

IFAT. Asociación Internacional de Comercio Justo. [www.ifat.org](http://www.ifat.org)

NEWS. Red Europea de Tiendas del Mundo. [www.worldshops.org](http://www.worldshops.org)  
Portal de la Economía Solidaria. [www.economíasolidaria.org](http://www.economíasolidaria.org)

RILESS. [www.riless.org](http://www.riless.org)

RIPES. [www.ripess.net](http://www.ripess.net)

SETEM. [www.setem.org](http://www.setem.org)

Sunchales. [www.sunchales.gov.ar](http://www.sunchales.gov.ar)

Wikipedia. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).

# LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN LAS POLÍTICAS DE CONSUMO DE CASTILLA LA MANCHA

*Una década de solidaridad a través del consumo*

Alejandro Salcedo Aznal

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. Introducción</b>	251
<b>2. Marco conceptual y desarrollo histórico</b>	253
2.1 Breve reseña histórica del Comercio Justo	253
2.2 Concepto de Comercio Justo	254
2.3 Código de conducta del Comercio Justo	259
2.4 Acreditación de los productos de Comercio Justo	261
2.5 La deslocalización empresarial	267
2.6 El Comercio Justo y el desarrollo sostenible	270
2.7 El Comercio Justo en el marco de la Unión Europea	271
2.8 La compra pública ética	278
2.9 La Responsabilidad Social o de las Empresas	281
2.10 Inversiones éticas o socialmente responsables	284
2.11 La auditoría social	285
<b>3. Líneas estratégicas de acción</b>	288
3.1. Modelo de estrategia pública para un consumo ético	288
3.2. Las políticas de consumo en el marco de la Responsabilidad Social	290
3.3. Plan Estratégico de Consumo de Castilla La Mancha	293
<b>4. La Economía Solidaria en las políticas públicas de promoción en materia de consumo</b>	294
4.1. Asistencia técnica y financiera. Fomento de estructuras y recursos	294
4.2. Actividades informativas y divulgativas	330
4.3. Actividades formativas y educativas	365
4.4. Programas y proyectos específicos	406
4.4.1. Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha	406
4.4.2. Ciudades por el Comercio Justo.	415
4.4.3. Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable	423

5. <b>Apéndice</b> (selección de artículos sobre la materia publicados por el autor)	436
5.1. “Algunas reflexiones sobre el comercio justo”	436
5.2. “Libertad para crecer” ( <i>Los dobleces de la ética empresarial</i> )	437
5.3. “Consumir con Ética, Elegir futuro	441

## 1. Introducción

Esta segunda parte de la presente publicación pretende realizar un sencillo repaso de la trascendencia que las políticas de consumo pueden tener en la economía solidaria y, en reciprocidad, ésta en su relación con las personas consumidoras.

Sin duda, el fundamento de esta interacción entre consumo y economía solidaria que ha dado origen a términos como consumo solidario o consumo ético, en el ámbito del consumo responsable, radica en la necesidad de incorporar a nuestras decisiones de compra criterios sociales que complementen aquellos precisos para la atención de las necesidades personales.

Esta visión altruista del consumo implica, de una parte, una buena dosis de sensibilización con los “aspectos ocultos” de los bienes que adquirimos (quién fabrica, en qué condiciones lo hace, con qué medios, etc....) que, a su vez, requieren de un esfuerzo de demanda transparente de información complementaria a la identificación preceptiva de los productos.

De otra parte, requiere de un importante compromiso de participar activamente y, de modo corresponsable, en la transformación social que lleve a un mundo mejor para todos. En definitiva, no sólo creer en que las alternativas son posibles sino también contribuir desde nuestro rol como persona consumidora en la manifestación de los cambios pertinentes.

Al respecto considero fehaciente que, en la actual sociedad de consumo, las personas consumidoras, debidamente organizadas, están suficientemente empoderadas para hacer frente a todos los retos que se planteen.

Sin embargo, los ciudadanos no suelen disponer normalmente de los *inputs* precisos para ejercer acciones con garantías por lo que las instituciones juegan un papel clave en la transferencia de recursos para hacer viables sus pretensiones.

En este sentido, se puede considerar que la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, y en particular su Administración de Consumo - actualmente Instituto de Consumo de Castilla La Mancha- ha demostrado a lo largo de la última década una sensibilidad extraordinaria hacia la economía solidaria y el comercio justo, en el marco de las políticas públicas de consumo, hasta el punto de que su esfuerzo es valorado por su carácter pionero (que ha impulsado acciones en otras Administraciones de Consumo) y por el acierto de dar respuesta a las inquietudes y demandas en esta materia.

Este progresista ejemplo de acción institucional, tan poco habitual en este campo, supone un claro exponente de administración cercana a los ciudadanos en el que, además de velar por sus intereses, se alía con ellos para el desempeño de iniciativas y proyectos que les son propios.

Finalmente, la elaboración de este breve compendio no persigue ser exhaustiva dada la extensión que requiere incluir toda la actividad desarrollada en el período de referencia. En consecuencia, quiero terminar esta introducción agradeciendo, reconociendo y felicitando por su labor a todos cuantos han trabajado y trabajan por el comercio justo y la economía solidaria con independencia de su aparición o no en estas páginas pidiéndoles a las personas y organizaciones omitidas que sepan disculpar las limitaciones de esta publicación sin que por ello se deban sentir ignorados u olvidados.

## **2. Marco conceptual y desarrollo histórico**

### **2.1 Breve reseña histórica del comercio justo**

Durante la Conferencia de la UNCTAD (Comisión de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) celebrada en Ginebra (Suiza) en 1964 se planteó por primera vez la reivindicación “Comercio, No Ayuda”. En dicho momento, los países industrializados intentaban sortear problemas como el precio de las materias primas y la apertura de los mercados, mientras su prioridad se centraba en la oferta de créditos y la ayuda al desarrollo.

Durante la segunda conferencia de la UNCTAD en Nueva Delhi en el año 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo aunque el resto de las naciones no atendieron sus pretensiones. En la Europa de los años sesenta los problemas derivados de las relaciones entre los países del Norte y del Sur fueron recogidos por diferentes colectivos que protestaban contra el comercio internacional y el reparto desigual del poder.

De dichos grupos surge la idea de crear tiendas “UNCTAD” para vender productos del Tercer Mundo cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por los aranceles. En abril de 1969, la primera “tienda solidaria” fue inaugurada en Breukelen (Holanda) y rápidamente creció el movimiento de tiendas solidarias con unas 120 tiendas en los Países Bajos en el plazo de dos años, extendiéndose a su vez a Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

Pero ya en 1959 y, concretamente, en Kerkrade (Holanda), un grupo de jóvenes enviaron leche en polvo a Sicilia llevando a cabo una campaña que es considerada el precedente del comercio justo. Posteriormente, en los años setenta se replantearon los objetivos del comercio justo teniendo lugar un debate ideológico al respecto, orientando la venta de los productos hacia la información y la concienciación de la población, con lo que las tiendas se convirtieron en agentes activos de campañas de difusión.

En los años ochenta se concedió tanta importancia a las ventas como a las campañas informativas y a las actividades de sensibilización. Asimismo, se puso el énfasis en la calidad de los artículos y el desarrollo de nuevos productos produjo cambios en las relaciones con los productores, incrementando la variedad, especialmente, la gama de productos artesanales, llegando a ser determinante la calidad y el desarrollo de su oferta.

A su vez, se incorpora el marketing a las prácticas comerciales del comercio justo otorgando una especial consideración a la promoción de los productos. Aunque el producto estrella del comercio justo es el café que fue con el que nació esta propuesta alternativa de relaciones comerciales, la gama de

productos de comercio justo se ha ido extendiendo a otro tipo de productos desde los tradicionales del azúcar, el cacao, la miel o los textiles.

Finalmente, para conocer la evolución del comercio justo desde 1999, a continuación se reproduce textualmente lo que se indica al respecto en el segundo epígrafe de la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo “Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial”:

*Los avances más destacados desde 1999 han tenido lugar en los mercados nacionales donde ya existían productos certificados de comercio justo. En respuesta al llamamiento que hacía la Comunicación de 1999, para que existiera una etiqueta única y sobre la necesidad de una verificación y un control independientes, se ha introducido con éxito el «Sello de Certificación del comercio justo FAIRTRADE».*

*El nivel de reconocimiento de los consumidores del sello del comercio justo en el Reino Unido se situaba por encima del 70 % en 2008 (mientras que en 2000 se situaba en el 12 %) y en Francia en el 74 % en 2005 (mientras que en 2000 se situaba en el 9 %). Las ventas mundiales de mercancías que cuentan con el sello de certificación del comercio justo superaron los 2.300 millones de euros a finales de 2007, aunque aún se encuentren un orden de magnitud por detrás de las ventas de los alimentos ecológicos y suponga menos del 1 % del comercio total.*

*Europa es el hogar del comercio justo: entre el 60 % y el 70 % de las ventas mundiales se produce en Europa, con grandes variaciones entre el mercado que está creciendo más rápidamente, Suecia, y los Estados miembros de más reciente incorporación, donde el concepto es aún relativamente nuevo.*

## **2.2. Concepto de Comercio Justo**

Como queda establecido en el Anexo I de la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo “Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial”, las normas sobre el comercio justo son el resultado de las consultas a interesados y expertos y se establecen de acuerdo con lo exigido por la Alianza Internacional para la Certificación y el Etiquetado Social y Medioambiental (International Social and Environment Accreditations and Labelling Alliance - ISEAL).

La Alianza es una colaboración formal de organizaciones internacionales de normalización y de evaluación de la conformidad centrada en asuntos sociales y ambientales.

Hay dos organismos internacionales de normalización que certifican las organizaciones del comercio justo en todo el mundo, siguiendo los principios de ISEAL: la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (Fairtrade Labelling Organizations - FLO) y la Organización Mundial de Comercio Justo (World Fair Trade Organization - WFTO), antes denominada Asociación Internacional de Comercio Justo (International Fair Trade Association - IFAT). La WFTO es miembro asociado de ISEAL. Estos dos organismos de normalización han elaborado el «Estatuto de principios del comercio justo».

De conformidad con el «Estatuto de principios del comercio justo» (enero de 2009) el comercio justo se define como (basado en la definición FINE de 2001):

*El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.*

La Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (FLO) es una asociación multilateral en la que participan veintitrés organizaciones de miembros, comerciantes y expertos externos. La organización elabora y revisa las normas de Comercio Justo y ayuda al productor del certificado de Comercio Justo ayudando a conseguir y mantener certificados de Comercio Justo y a aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado. Además, la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) ha elaborado un sistema independiente de certificación de terceros: el sistema de gestión del comercio justo sostenible.

Por otra parte, según la organización de Comercio Justo IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), el Comercio Justo nace para garantizar que los productores de países menos desarrollados puedan acceder a una relación comercial justa y reciban un precio que refleje no sólo los costes reales de producción y de trabajo sino que además haga posible una producción socialmente justa y medioambientalmente viable.

En consecuencia, el movimiento de Comercio Justo se desarrolla en alianza con productores desfavorecidos para ayudarles a encontrar un mercado donde poder comercializar sus productos a un precio tal que refleje los costes reales de su trabajo y les permita vivir una vida digna y saludable, así como educar a sus hijos y apoyar el desarrollo de la comunidad.

Además, el Comercio Justo supone para los productores recibir un mejor trato comercial que no sólo se refleja en un mejor precio sino también en la oportunidad de trabajar con socios comerciales en el fortalecimiento de capacidades, en mejoras organizativas, en la defensa de sus derechos y en el desarrollo de sus comunidades. Actualmente 5 millones de personas en África, Asia y América Latina se benefician de la práctica del Comercio Justo entre los que se encuentran grupos de productores, agricultores, medianas y pequeñas empresas o cooperativas que producen café, cacao, té, plátanos y otras frutas tropicales, nueces, miel, textil y complementos, papelería, juguetes, artículos de decoración y mobiliario, etc.

**La práctica del Comercio Justo se caracteriza por las siguientes premisas:**

- Establecimiento preferente de tratos con pequeños productores agrupados en cooperativas sin adquirir el total de la producción con el fin de evitar su dependencia exclusiva.
- Supresión, en la medida de lo posible, del rol de intermediarios entre productores y consumidores.
- Pago de productos a un precio superior al de mercado de modo que permita a los productores una vida digna. En el precio justo, los precios pagados deben cubrir como mínimo los costes de producción y ofrecer un margen adicional para mejorar las condiciones de vida y trabajo e invertir en el futuro así como que también reviertan en la comunidad de productores (infraestructuras, sanidad, educación, etc.). Esta adicionalidad en el precio les posibilita, asimismo, diversificar su economía.
- Prefinanciación del trabajo de los productores con contratos de compra-venta a medio o largo plazo que den estabilidad a los productores.
- Provisión de ayuda técnica para la mejora cualitativa de los productos, la gestión de la explotación y la formación de los productores.
- Ofrecer información sobre las tendencias del consumo en los mercados de destino de los productos.
- Favorecer el desarrollo social y la protección medioambiental.
- Erradicación de la discriminación laboral de la mujer y del trabajo infantil.
- Promoción de los procesos de transformación de los productos con objeto de incrementar su valor.
- Observar la gestión democrática de las cooperativas de productores así como la retribución justa de sus miembros y asalariados y el respeto a

sus derechos como trabajadores cuyo trabajo se desarrolle en unas condiciones laborales adecuadas.

- Asistencia financiera mediante préstamos blandos en lugar de donaciones que respondan a acciones solidarias y no caritativas.
- Facilitar información a los consumidores sobre las condiciones de producción del producto.
- Envasado en países de origen de manera que los productores reciban un valor añadido y generen nuevos puestos de trabajo. Se debe superar la actual situación en la que los países empobrecidos se limitan a proveer las materias primas pero no participan del resto del proceso de producción por lo que el valor añadido retorna a los países de origen de las compañías transnacionales donde se suelen llevar a cabo aquéllas otras transformaciones y operaciones que requieren más tecnología y, por lo tanto, no necesitan de la mano de obra barata que motiva la deslocalización de las empresas de los países del Norte.

Sinopsis comparativa de las características del intercambio comercial convencional o tradicional y el comercio justo.

<b><i>Intercambio Desigual</i></b>	<b><i>Comercio Justo</i></b>
Accepta el orden económico mundial basado en el intercambio desigual Norte/Sur.	Rechaza el intercambio desigual y quiere sustituirlo por un intercambio justo Norte/Sur.
Fomenta la política financiera del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial que mantiene a los países del Tercer Mundo endeudados y, por tanto, en dependencia.	Busca la independencia financiera de los productores del Sur para superar la deuda externa contraída con el Norte.
Exige liberalismo económico a las economías del Sur y así poder controlar sus economías, siendo, sin embargo, proteccionista con las economías del Norte.	Pide la desaparición de las barreras arancelarias y del proteccionismo para los productos del Tercer Mundo en los mercados del Norte.
Se apoya en grandes monopolios y en las transnacionales, propietarias de plantaciones en el Tercer Mundo, que imponen una política comercial agresiva e injusta.	Fomenta las pequeñas explotaciones familiares y estimula la agrupación de los productores del Sur en cooperativas.
Compra lo más barato posible y especula con los precios, proceso que beneficia a las grandes empresas, no a los consumidores y mucho menos a los	Intenta construir una relación ética entre el productor del Tercer Mundo y el consumidor del Norte para lo que paga

productores.	precios más elevados permitiendo así a los productores ahorrar, diversificar los cultivos y romper la dependencia.
Tiende a reducir gastos por mano de obra, así las transnacionales se instalan en los países empobrecidos para aprovecharse de los bajos costes y de condiciones de trabajo indignas.	Quiere mejorar las relaciones laborales y dignificar las condiciones de trabajo de los productores del Sur y formarlos. Se coordina con las Organizaciones No Gubernamentales que trabajan en el Tercer Mundo por el desarrollo y retribuye mejor a los trabajadores.
Se fundamenta en un modelo de empresa jerárquica y no participativa ("holdings", "trusts", "cartels",...).	Estimula la creación de empresas participativas y democráticas (cooperativas).
Tiene poco respeto por el medio en el proceso de producción, a pesar de que en el Norte debe cumplirse una legislación medioambiental cada vez más severa.	Se intenta que el proceso de producción sea respetuoso con el medio ambiente y se ayuda a la agricultura biológica.
Utiliza un modelo destructor del medio, que exige mucha energía no renovable y se fundamenta en un modelo de desarrollo no sostenible.	Valora los materiales tradicionales y los procesos de producción con los mínimos costes energéticos y con energías renovables y se fundamenta en un modelo de desarrollo sostenible.
Establece unas relaciones anónimas y frías entre productor-vendedor y producto- consumidor.	Crea una relación de implicación personal e informativa entre productor, intermediario, vendedor y producto-consumidor.

\*Fuente: Comercio Justo, una opción de consumo, una opción de justicia. INTERMÓN. Barcelona,1996.

En el año 2001 las 4 redes principales de Comercio Justo, agrupadas bajo el nombre de FINE (IFAT/Federación Internacional de Comercio Alternativo; EFTA/Asociación Europea de Comercio Justo; NEWS!/Red europea de Tiendas de Comercio Justo y FLO/Organización Internacional de certificación del sello de Comercio Justo) acordaron la definición y los principios del Comercio Justo en un documento común en el que se dice que "el Comercio Justo es una asociación de comercio basada en el

diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en las relaciones comerciales.

El Comercio Justo contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores) participan activamente en apoyo a los productores, sensibilización y campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.”

Los elementos esenciales del Comercio Justo son: a) trabajar de forma deliberada con productores y trabajadores marginados con el objetivo de ayudarles a avanzar desde la vulnerabilidad a una posición de seguridad y autosuficiencia económica; b) otorgar poder a los productores y trabajadores como partes interesadas de sus propias organizaciones; y c) jugar un papel cada vez más activo en la escena internacional para lograr una mayor equidad del comercio.

### **2.3. Código de conducta del Comercio Justo**

Tanto los grupos productores como las organizaciones importadoras han adoptado un código de conducta ético en su relación comercial y de cooperación asumiendo que su perfil debe contemplar las siguientes características: grupos de productores asociados, desfavorecidos socioeconómicamente y con un difícil acceso al mercado.

Por otra parte se refleja en este código de conducta los compromisos adquiridos:

- Estructuras organizativas abiertas, transparentes, participativas y democráticas.
- Producción respetuosa con el medio ambiente y la cultura de la zona.
- Garantía de condiciones laborales dignas.
- Igualdad de género que comporte igual remuneración y derechos.
- No explotación de la mano de obra infantil.
- Garantía de libre asociación de los trabajadores.
- Productos de alta calidad.

Además, la organización de Comercio Justo “IDEAS”, como organización importadora y distribuidora incorpora los siguientes compromisos:

- Transparencia en la gestión comercial y financiera.
- Relación directa (sin intermediarios) con los grupos productores estableciendo relaciones de cooperación a largo plazo.
- Pago de un precio justo y digno que cubra los costes reales de producción, con garantía de precios mínimos.
- Pago de un sobreprecio para inversiones sociales.
- Prefinanciación de las producciones.
- Programas de asistencia técnica.
- Labor intensa de formación y sensibilización al consumidor.
- Compromiso con el consumo responsable.

Finalmente, cabe añadir los criterios de sostenibilidad aplicados que se contempla en la Comunicación de la Comisión de 2009 y en la que se cita al respecto en su epígrafe tercero que *los sistemas privados de garantía de la sostenibilidad comercial utilizan una serie de criterios para evaluar o garantizar la sostenibilidad de los productos. Los criterios se basan a menudo en uno o más de los tres pilares del desarrollo sostenible: el desarrollo económico, ambiental y social, vinculándose a veces a normas y acuerdos internacionales. Algunos sistemas se centran en un asunto y un objetivo concretos (por ejemplo, la presencia de carbono para la atenuación del cambio climático), mientras que otros se basan en criterios en un contexto de desarrollo sostenible más amplio.*

Los criterios, definidos por el movimiento del Comercio Justo y recordados en el informe del Parlamento Europeo de 2006 son:

- Un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia. Este precio debe igualar, por lo menos, al precio mínimo y la prima de comercio justo en caso de que hayan sido definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,
- Parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,

- Una relación estable y a largo plazo con los productores, así como intervención de estos en el establecimiento de normas de comercio justo,
- Transparencia y rastreabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,
- Unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT),
- El respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorecen el desarrollo económico y social,
- Programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo,
- El respaldo a la producción y el acceso a los mercados para las organizaciones de productores,
- Actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional,
- El seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un papel más importante a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las comunidades locales en el proceso de certificación,
- Evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el comercio justo.

#### ***2.4. Acreditación de los productos de Comercio Justo***

La etiqueta de garantía social tiene sus precedentes en Estados Unidos allá por el año 1880, con ocasión de la puesta en circulación por los sindicatos de productos, que informaban acerca de que se habían obtenido respetando los acuerdos sindicales alcanzados.

La idea de la etiqueta social fue retomada por la denominada Liga Social de Compradores en Suiza, país éste en el que se fundó la organización Label que concedía la etiqueta a aquéllas empresas que cumplían determinadas condiciones de trabajo y retributivas, disolviéndose en 1968 al considerar suficiente la mejora producida en los aspectos sociales y económicos de dicho país.

La justificación de un etiquetado social se halla en la necesidad de los consumidores de conocer tanto las características de calidad comercial como de calidad social inherentes a los productos tales como las referidas a la garantía ecológica (perdurabilidad, reparabilidad, facilidad de transporte, reciclabilidad, degradabilidad, etc.) o a la garantía social (condiciones de trabajo y retribuciones dignas, no discriminación laboral por razón de sexo, no utilización de mano de obra infantil, etc.).

Como se refleja en el Libro Verde de la Comisión Europea "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", las encuestas muestran que los consumidores no sólo quieren productos buenos y seguros, sino también tener la seguridad de que se producen de manera responsable desde el punto de vista social.

Para la mayoría de los consumidores europeos, el comportamiento social de una empresa influye en las decisiones de compra de un producto o servicio. Esto crea perspectivas comerciales interesantes, ya que un número considerable de consumidores afirma estar dispuesto a pagar más por tales productos, aunque por el momento sólo lo haga efectivamente una minoría.

Las cuestiones que más preocupan a los consumidores europeos son la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores, el respeto de los derechos humanos en el funcionamiento de la empresa y en toda la cadena de suministros (por ejemplo, la no utilización del trabajo infantil) y la protección general del medio ambiente, sobre todo la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

En respuesta a esta tendencia, cada vez es más corriente la creación de etiquetas sociales por parte de distintos fabricantes (marcas autodeclaradas), sectores industriales, Organizaciones No Gubernamentales o administraciones públicas. Se trata de incentivos que tienen su origen en el mercado (no normativos) y que pueden contribuir a un cambio social positivo de las empresas, los minoristas y los consumidores.

No obstante, las iniciativas de etiquetado social y ecológico tienen un alcance y un impacto potencial limitados, porque se circunscriben a nichos específicos del mercado de la venta al por menor, y, por lo que respecta a

las etiquetas sociales, se restringen normalmente a productos importados y sólo al alcance de consumidores de alto poder adquisitivo.

En consecuencia, su cuota de mercado está creciendo pero sigue siendo relativamente reducida, lo que indica que debe mejorarse la eficacia de dichas etiquetas. Por lo general, las etiquetas sociales y ecológicas adolecen de falta de transparencia y sus afirmaciones no son objeto de verificación independiente.

A diferencia del etiquetado relativo al contenido o que incluye advertencias de seguridad, la información no puede verificarse probando el mismo producto. Para ser creíbles, las etiquetas sociales y ecológicas requieren un control continuo de los lugares de trabajo efectuado con arreglo a normas acordadas.

Además, la multiplicación de los sistemas de etiquetas sociales en Europa podría perjudicar su eficacia, ya que la diversidad de criterios utilizados en las etiquetas y la falta de claridad de su significado podrían inducir a confusión al consumidor.

Por otro lado, cada vez es más necesario debatir el valor y la conveniencia, en el contexto del mercado interior y los acuerdos internacionales, de realizar acciones públicas para conseguir que las etiquetas sociales y ecológicas sean más eficaces.

A modo de ejemplo, pueden citarse las iniciativas de información y sensibilización sobre las condiciones de trabajo, la promoción de las prácticas más adecuadas mediante el patrocinio de premios para las empresas, el fomento de la creación de asociaciones pluripartitas, el desarrollo de normas de etiquetado social y la utilización de la contratación pública y los incentivos fiscales para promover los productos etiquetados.

Actualmente, se considera que un producto es de Comercio Justo si está producido e importado por organizaciones de Comercio Justo o si porta el sello de Comercio Justo (FLO/ Fair Labelling Organization)). En este último caso existen dos opciones: que el producto haya sido importado y distribuido por una organización de Comercio Justo que lleve la "marca IFAT" y que el producto lleve el Sello de Comercio Justo.

Existen, por tanto, dos sistemas de garantía reconocidos internacionalmente: la Marca IFAT (aplicable a organizaciones de comercio justo y que pueden mostrarla en los materiales que editen, en su página web, material corporativo, etc., junto a su propio logo) y el Sello FLO (aplicable a productos).



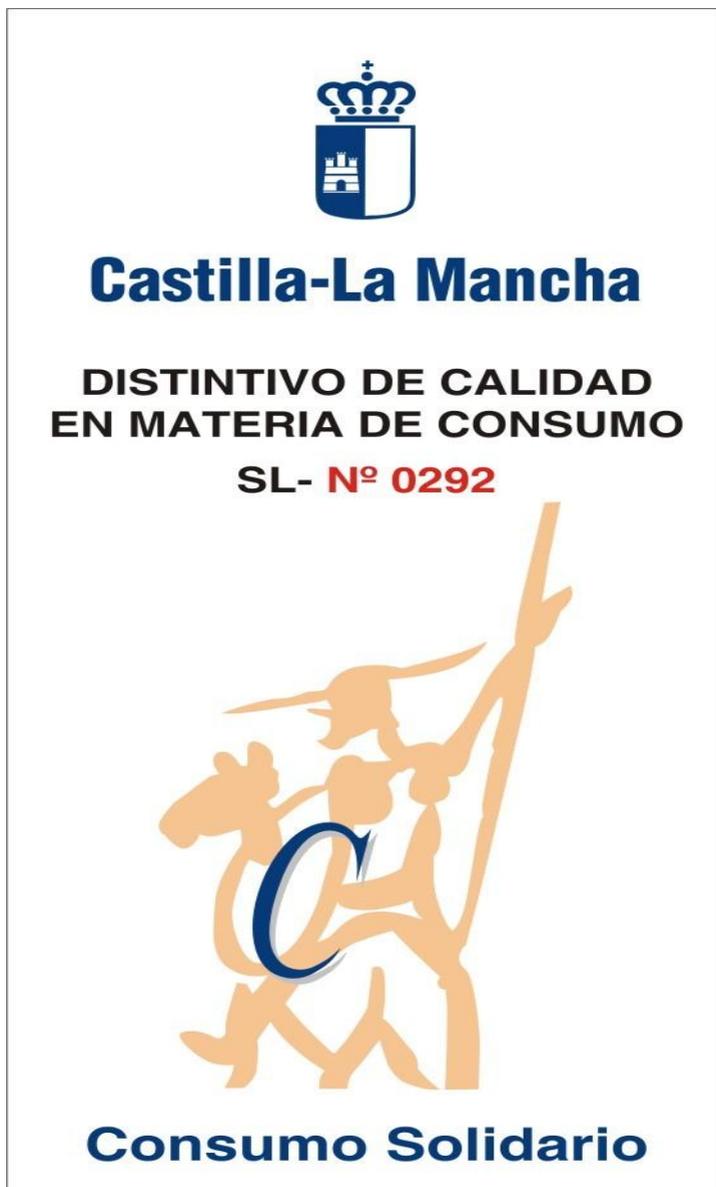


Independientemente y con anterioridad a la Marca IFAT, la Coordinadora Estatal de Comercio Justo otorga el distintivo “Justo Aquí” a las organizaciones miembros. En el caso de los sellos de Comercio Justo, éstos son otorgados a los productos por órganos certificadores, que verifican que se han respetado los principios propios del Comercio Justo en la cadena de producción.

Si se someten al proceso de verificación y control del sello FLO, las empresas comerciales convencionales pueden importar y distribuir estos productos y los supermercados pueden convertirse en canales de distribución. FLO ha desarrollado un sistema de certificación y unos estándares específicos para una gama limitada de productos de Comercio Justo: café, té, chocolate, azúcar, arroz, miel, zumos, fruta fresca, vino y balones.

Por otra parte, la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha concede distintivos de calidad en materia de consumo en reconocimiento de los méritos que presenten bienes y servicios según cinco modalidades entre las que se encuentra el consumo solidario. La silueta de Don Quijote con una

letra “C” es la imagen gráfica de dicho distintivo de calidad en materia de consumo.



## **2.5. La deslocalización empresarial**

En muchos productos, algunas de sus piezas o elementos se fabrican en países diferentes deslocalizándose la producción de tal manera que las grandes corporaciones transnacionales planifican sus procesos en función de las características divergentes de los mercados laborales de los países del Norte y del Sur.

Así tenemos que es muy raro encontrar que dichas corporaciones transfieran todo el ciclo de producción de un bien a los países empobrecidos. Con esta actuación, a éstos no les revierten los márgenes de rentabilidad obtenidos por las empresas ya que el resto de fases de la comercialización se realiza lejos de sus fronteras, quedando para ellos exclusivamente la demanda de mano de obra barata y en condiciones laborales indignas que, en algunos casos, pueden identificarse como prácticas de explotación por la amplitud de la jornada, el salario mísero, la falta de derechos laborales o las insalubres características ambientales de los lugares de trabajo.

La tendencia, por tanto, es mantener en el Norte aquellas fases de la producción que requieren mucha tecnología y deslocalizar al Sur las que necesitan de mano de obra. Esta estrategia no sólo imposibilita a los países del Sur en sus oportunidades de desarrollo sino que también perpetúa una situación laboral indigna así como genera en los países del Norte problemas de empleo, sin tener en cuenta aspectos importantes también como son los flujos migratorios no regulados.

Los países del Sur precisan de una transferencia de la producción completa más allá de su papel de proveedores de materias primas y mano de obra que les ayude a salir de la realidad actual en pro de un intercambio más justo e igualitario.

La división internacional del trabajo obedece básicamente a las siguientes razones: en los países del Norte se da un nivel mayor de mecanización así como un avanzado sistema de tecnología (especialmente, informática) y de las comunicaciones que redundan en menores costes de transporte.

Por otra parte, también les corresponde al Norte aspectos como la logística o la financiación. Por el contrario, para los países del Sur las circunstancias responden a una mano de obra barata pero cada vez más cualificada, a la disposición de determinadas materias primas, a la ausencia de legislación ambiental y laboral o a la exención fiscal o el pago de tasas reducidas; todo ello alienta, sin duda, la deslocalización de las empresas pero, eso sí, sólo parcialmente en su producción.

Además, también concurre una búsqueda de mercados emergentes por parte de aquellas empresas que empiezan a encontrar saturados los de los países del Norte. En definitiva, esta deslocalización de la producción, con la consiguiente división internacional del trabajo, favorece la globalización de la economía mundial que se manifiesta en un incremento de las relaciones entre países y sus intercambios comerciales tanto en la producción como en la distribución y la comercialización de los productos y servicios, extendiéndose asimismo al sector financiero.

Se promueve un nuevo modelo económico basado en la especialización de los países empobrecidos, según los costes de producción y aprovechando las ventajas que ofrecen estos países de acogida comparativamente a los de origen de la actividad deslocalizada, y que les reporta un plus de competitividad en un mercado ya de por sí altamente competitivo.

Aunque los efectos socioeconómicos de este fenómeno, y su consideración demográfica, resultan perniciosos por alimentar las desigualdades entre los países del Norte y los del Sur y dejar, a su vez, pocas opciones de cambio que redunden en el progreso de las comunidades de éstos últimos y que les condena a una cautiva dependencia, que trasciende lo económico, para poder obtener aquellos bienes básicos de los que no disponen y que son precisamente los que se disfrutaban en los países del Norte, lo que cierra un círculo vicioso que gira alrededor de la deuda externa de los países empobrecidos.

#### *Ejemplo de división internacional del trabajo en una prenda textil*

- Fabricación: Guatemala.
- Botones: Hong-Kong.
- Confección: Haití.
- Diseño: Francia.
- Venta: Canadá.
- Marketing: Estados Unidos.

Fuente: Sud/Nord: Nuova Alleanze per la Dignità del Lavoro.

#### *Ejemplo de descomposición de los costes que intervienen en el precio final del plátano*

## NORTE

- Incremento del minorista.....31,6%
- Organizaciones controladas por las multinacionales.

### Gastos.

- De producción (fertilizante, pesticida).....11,8%
- Transporte.....18, 7%
- Beneficios.
- De producción..... 2,2%
- De comercialización..... 6,6%
- De almacenamiento.....21 %

## SUR

- Mano de obra.....5,5%
- Impuestos gubernativos.....2,6%

\*Fuente: Centro nuevo modelo de desarrollo, Carta a un consumidor del Norte, Acción Cultural Cristiana. Madrid, 1995.

*Ejemplo de factores que intervienen en la composición del precio de un par de zapatillas deportivas*

- Círculo de distribución.....39, 62%
- Mat. primas, amortizaciones, gastos transporte y almacén...29,35%
- Gastos administrativos.....10,82%
- Publicidad y esponsores..... 9,5%
- Proyectos..... 3,88%
- Dividendos a los accionistas..... 2,8 %

- Tesoro de Estados Unidos..... 1,77 %
- Tasas extranjero..... 0,95%
- Dividendos reinvertidos..... 0,68%
- Gastos financieros..... 0,45%
- Salarios obreros de calzado..... 0,18%

## **2.6. El Comercio Justo y el desarrollo sostenible**

Desde la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992 (Conferencia de las Naciones Unidas en Desarrollo y Medio Ambiente (UNCTAD), el desarrollo sostenible (entendido como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades) se ha convertido en el paradigma del desarrollo, integrando los tres pilares del desarrollo Sostenible – crecimiento económico, desarrollo social y protección medioambiental – como elementos interdependientes del desarrollo a largo plazo.

Las acciones fundamentales para lograr un desarrollo sostenible han sido recogidas en el plan de Naciones Unidas denominado Agenda 21 e incluye dentro de sus Áreas de Programa “promoción del desarrollo sostenible a través del comercio”, considerando que “un mejor acceso a los mercados de las exportaciones de los países en desarrollo, junto con unas políticas macroeconómicas y ambientales apropiadas, tendría un efecto positivo en el medio ambiente y, por tanto, haría una contribución importante al desarrollo sostenible”. Otra de las Áreas de Programa en la Agenda es “Fomento del apoyo mutuo entre comercio y medio ambiente” y entre sus actividades considera relevante la promoción del “diálogo entre comercio, desarrollo y comunidades medio ambientales”.

Los principios de la Agenda 21 fueron reafirmados posteriormente con ocasión de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible (CMDS) celebrada en Johannesburgo en 2002. Asimismo, se reconocen como objetivos esenciales para el desarrollo sostenible la erradicación de la pobreza, el cambio de patrones de producción y consumo insostenibles y la protección y gestión de los recursos naturales que cimientan el desarrollo económico y social. En definitiva, el Comercio Justo incide de forma directa y eficaz en los tres pilares del desarrollo sostenible: desarrollo económico, desarrollo social y protección medioambiental.

Por otra parte, la Comunicación de 2009 incluye entre las consideraciones políticas de su epígrafe cuarto la contribución al desarrollo sostenible. Al respecto sostiene que una de las características peculiares del comercio justo y de otros sistemas privados de garantía de la sostenibilidad es que es un mecanismo fundamentalmente voluntario y dinámico que evoluciona a la vez que lo hacen la concienciación y las demandas sociales y de los consumidores. Conforme evoluciona la comprensión de los desafíos de la sostenibilidad, tienden a hacerlo los sistemas privados de garantía de la sostenibilidad comercial. En algunos casos, se sitúan en la vanguardia, aumentando la concienciación e impulsando el interés y la comprensión de los consumidores respecto a los desafíos de desarrollo sostenible nuevos y emergentes. Los sistemas y mercados especializados pueden influir en la corriente principal de la actividad empresarial y en la elaboración de las políticas estatales.

...El desarrollo sostenible puede ser respaldado por sistemas que den prioridad a elementos ambientales, sociales o económicos. Es importante para el buen funcionamiento del mercado que consumidores y productores tengan acceso a una información fiable sobre los sistemas.

...Con el fin de permitir a los consumidores adoptar sus decisiones de manera bien informada, las normas y los criterios deberían ponerse en práctica de forma transparente. Un dato que consumidores y productores pueden requerir para mantener la confianza en el mercado es el porcentaje del precio adicional que se transmite a los productores.

Idealmente, debería existir una supervisión independiente que garantizara que los productos son el resultado de prácticas realizadas con arreglo a una serie específica de criterios que consideren de forma equilibrada las cuestiones ecológicas, económicas y sociales.

...Es necesario contar con una mayor claridad y comprensión del efecto real de los sistemas privados relacionados con la sostenibilidad sobre los productores de los países en vías de desarrollo, así como sobre su entorno en sentido amplio.

## **2.7. El comercio justo en el marco de la Unión Europea**

El artículo 177 del Tratado fundacional de la Comunidad Europea establece que la política comunitaria en la esfera de la cooperación al desarrollo debe promover el desarrollo económico y el desarrollo social de los países en desarrollo, y particularmente de los más desfavorecidos- la integración armoniosa y progresiva de los países en vías de desarrollo en la economía mundial-, la lucha contra la pobreza en los países en desarrollo.

En el año 2003 la Dirección General de Comercio de la Comisión Europea adoptó el Plan de Acción de Comercio Sostenible que presenta una serie de objetivos que la Comisión debe perseguir para dar seguimiento a los compromisos adquiridos en la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible antes citada. Entre estas acciones la Comisión prevé la promoción de la inclusión de criterios de Comercio Justo/Sostenible en la compra pública de la UE.

Anteriormente, la Unión Europea ya había reconocido su compromiso con los objetivos del Comercio Justo a través de diferentes iniciativas políticas tales como la Resolución del Parlamento Europeo, en 1991, acerca del consumo de café como un medio de apoyar activamente a pequeños productores de café del Tercer Mundo y la introducción de dicho café en las instituciones europea; la Resolución del Parlamento Europeo, en 1994, referente a la promoción de la justicia y la solidaridad en el comercio Norte-Sur; la opinión del Comité Económico y Social sobre el movimiento de la marca “Comercio Justo”, en 1996; la Resolución del Parlamento Europeo, en 1997, en el sector del plátano, pidiendo a la Comisión que facilitara el acceso a nuevos operadores de Comercio Justo; en 1998 el Parlamento Europeo adopta la “Resolución en Comercio Justo” proclamando que el Comercio Justo es uno de los medios más efectivos para promover el desarrollo.

Asimismo, el informe del Parlamento Europeo en Comercio Justo (Informe “Fassa”) que envía a la Comisión una serie de propuestas para apoyar el Comercio Justo; la Comunicación de la Comisión Europea al Consejo en Comercio Justo”, en 1999, afirmando que las iniciativas de Comercio Justo brindan la oportunidad a los consumidores de contribuir al desarrollo económico y social de los países desfavorecidos.

Este documento también describe el concepto de Comercio Justo y presenta las líneas de acción que la UE puede adoptar para el desarrollo del Comercio Justo en la Unión Europea incluyendo la integración del concepto de Comercio Justo en las actuales políticas comunitarias; el Nuevo Acuerdo de Asociación entre África, Caribe y Pacífico y la Unión Europea, en el año 2000, conocido como “Acuerdo Cotonou”, hace especial referencia a la promoción del Comercio Justo; y, finalmente, la Comunicación de la Comisión “Política Coherente para el Desarrollo” que expresa la intención de la Comisión de resaltar su apoyo al Comercio Justo como una herramienta de desarrollo sostenible y reducción de la pobreza y establece que la Unión Europea dirigirá los esfuerzos globales para eliminar los patrones de consumo y producción insostenibles.

Los asuntos tratados en la Comunicación de 1999 se han abordado en diversas instancias. A escala europea, el informe de 2006 del Parlamento Europeo (el «informe Schmidt») y el dictamen exploratorio de 2005 del Comité Económico y Social Europeo (CESE) presentaron consideraciones

relativas al comercio justo y a sistemas privados de sostenibilidad similares. En junio de 2006 el Consejo Europeo adoptó su estrategia revisada para un desarrollo sostenible e incluyó el comercio justo en la invitación a los Estados miembros a que promuevan productos sostenibles.

En definitiva, la Comunicación destacaba tres cuestiones fundamentales: i) el desarrollo del comercio justo y del «comercio ético» deben ser tratados de manera coherente; ii) el comercio justo debería contribuir al desarrollo sostenible a través de la participación voluntaria y la implicación de la CE debería tener en cuenta las obligaciones de la OMC; y iii) los sistemas deben responder a las necesidades de los productores de los países en vías de desarrollo y ofrecer a los consumidores la posibilidad de tomar decisiones con información suficiente.

Finalmente, la Comisión de las Comunidades Europeas en mayo de 2009 presenta una Comunicación al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo que lleva por título: “Contribución al desarrollo sostenible: el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial”.

En la introducción de la citada Comunicación se indica que ésta examina la situación actual del comercio justo y de otros sistemas no gubernamentales (es decir, privados) de garantía de la sostenibilidad comercial. Reconoce, por otra parte, que desde hace tiempo los consumidores pueden apoyar los objetivos del desarrollo sostenible mediante sus decisiones de compra.

Esta Comunicación, a su vez, responde al creciente interés que ha recibido este asunto, tanto a nivel político como en cuanto al aumento del volumen de compras por parte de los consumidores de la UE. A nivel político, el Parlamento Europeo adoptó un informe en 2006 sobre comercio justo y desarrollo. El informe destacaba la necesidad de aumentar la conciencia entre los consumidores y el riesgo de aprovechamiento indebido por parte de las empresas que acceden al mercado del comercio justo sin cumplir los criterios de certificación. Además, reconocía que el comercio justo es un fenómeno del sector privado esencialmente voluntario y que un enfoque regulador demasiado pesado podría resultar perjudicial en lugar de beneficioso.

En junio de 2006 el Consejo Europeo adoptó su estrategia revisada para un desarrollo sostenible y animó a los Estados miembros a promover los productos sostenibles, incluido el comercio justo. Al respecto, se apunta que los consumidores de la UE compran cada año productos que tienen el certificado de Comercio Justo por un valor aproximado de 1500 millones de euros, setenta veces más que en 1999 cuando la Comisión adoptó ya una comunicación sobre este asunto.

En la referida Comunicación el término «comercio justo» se utiliza de conformidad con las normas establecidas por las organizaciones internacionales de normalización y de evaluación de la conformidad que son miembros de ISEAL, y tal como lo aplican las organizaciones relacionadas con el comercio justo. Se emplea el término «otros sistemas privados de garantía de la sostenibilidad» para describir otros sistemas de etiquetado con los que se pretende informar a los consumidores sobre la sostenibilidad de la elaboración del producto.

Para concluir con el papel de la Unión Europea en el comercio justo cabe reseñar el apoyo de ésta que se refleja de manera expresa en esta Comunicación y las conclusiones sobre el papel de los poderes públicos y de los operadores en relación con el comercio justo y otros sistemas comerciales privados de garantía de la sostenibilidad comercial. En cuanto al apoyo de la Unión Europea se cita que “la Comisión ha proporcionado ayuda financiera para el comercio justo y otras actividades comerciales sostenibles, esencialmente a través de sus instrumentos de cooperación al desarrollo a través de la cofinanciación de acciones con las ONG. Entre 2007 y 2008, se asignaron 19.466.000 euros para diversas acciones ejecutadas y cofinanciadas por ONG. La mayoría de estas acciones estaban relacionadas con la concienciación en la Unión Europea.

Las acciones financiadas dentro del marco de los Documentos de Estrategia Nacional plurianuales y de los Programas Indicativos, que abarcan los sectores agrícola y rural, incluyen actividades que contribuyen a facilitar el comercio justo. El régimen especial de ayuda para los proveedores tradicionales de plátanos ACP y las medidas complementarias para los países signatarios del Protocolo del Azúcar también ha contribuido a ayudar a los agricultores a vender sus productos en el nicho de mercado del comercio justo.

En el otro lado de la cadena, los proyectos en apoyo del desarrollo del comercio y del sector privado también pueden contribuir a facilitar las actividades comerciales, entre ellas el comercio justo. Para los ejercicios presupuestarios 2008 y 2009, se han incluido específicamente créditos adicionales de 1 millón de euros cada año para acciones relacionadas con el comercio justo en los créditos para el presupuesto comercial. Estos créditos se utilizarán para completar la financiación en el marco de los instrumentos de desarrollo.

La Comisión Europea ha apoyado «proyectos relacionados con el comercio justo», principalmente tomando como base la demanda, respondiendo a peticiones de subvención de las ONG para cofinanciar acciones en este campo, sobre todo en relación con la concienciación en la Unión Europea. La Comisión Europea se está planteando aumentar su apoyo a las evaluaciones de impacto, a los esfuerzos para la transparencia del mercado y a valorar las dificultades para poner en práctica los sistemas y obtener la

certificación, lo cual podría apoyarse mediante acciones similares por parte de los Estados miembros de la Unión Europea para financiar estudios sobre el impacto del comercio justo.

Un proyecto de la Comisión, que llevará a cabo la UNCTAD, va a desarrollar un portal de internet centrado en los sistemas que apoyan la sostenibilidad. Con el proyecto se pretende proporcionar información comparable sobre el contenido y los procesos de la gama de sistemas existentes, en beneficio tanto de los consumidores como de los productores. La intención es aumentar la transparencia sobre cómo diferentes sistemas abordan los diversos criterios pertinentes y permitir los intercambios entre interesados sobre ello”.

### **Respecto de las conclusiones, la Comisión Europea:**

- Reitera la importancia de mantener la naturaleza no gubernamental del comercio justo y de otros sistemas similares en la UE. La reglamentación pública podría interferir con la labor de los sistemas privados dinámicos.
- Observa que el comercio justo tiene una presencia significativa en gran parte del mercado de la UE y un alto nivel de reconocimiento de los consumidores vinculado al desarrollo y a la transparencia de las normas y principios que constituyen la base del sistema.
- Observa que muchos sistemas privados de diversos tipos pueden contribuir a objetivos de sostenibilidad, pero su multiplicidad puede implicar el riesgo de confusión por parte del consumidor.
- Recuerda que la transparencia y la adecuación de la información a los consumidores sobre las normas de los sistemas privados relacionadas con la sostenibilidad resultan fundamentales, y que podría resultar beneficioso llegar a una comprensión común de las exigencias operativas básicas, como una supervisión independiente, que caben esperar razonablemente.
- Recuerda que seguir evaluando el efecto de los sistemas privados relacionados con la sostenibilidad podría suponer un paso adelante fundamental.
- Tiene intención de estudiar la posibilidad de ampliar el diálogo, la cooperación y, en su caso, la convergencia entre diversos sistemas privados de etiquetado con el fin de promover posibles sinergias y de aumentar la claridad para los consumidores.

- Subraya el interés de proporcionar orientaciones a los organismos de contratación pública para ayudarlos a conseguir que sus decisiones contribuyan plenamente al desarrollo sostenible.
- Subraya que un órgano de contratación que tenga intención de comprar mercancías con garantía de sostenibilidad solo debe utilizar criterios vinculados al asunto de su compra y cumplir las demás normas pertinentes de contratación pública de la UE. Los órganos de contratación deben permitir siempre a los licitadores demostrar el cumplimiento de estas normas utilizando etiquetas de Comercio Justo u otros justificantes.
- Tiene intención de seguir financiando el comercio justo pertinente y otras actividades comerciales relacionadas con la sostenibilidad como ha venido haciendo hasta ahora.
- Recuerda la necesidad de evaluar los resultados de los análisis de impacto de un sistema privado de garantía de la sostenibilidad con arreglo a los parámetros del desarrollo sostenible, incluidas las implicaciones para los criterios económicos, sociales y de desarrollo en los países productores. Dado que los sistemas privados de garantía de la sostenibilidad se centran en las condiciones de trabajo y de vida de los productores en los países en vías de desarrollo, la Comisión considera que debe prestarse una atención particular a este aspecto.

En España, la administración central expresa, por primera vez, su apoyo al Comercio Justo en 1996 con la aprobación de diversas Proposiciones No de Ley por la Comisión de Cooperación y Ayuda al Desarrollo sobre comercio justo y solidario. Dos años después, la Ley de Cooperación Internacional al Desarrollo reconoce el Comercio Justo como una herramienta de cooperación en el ámbito de la educación para el desarrollo y sensibilización social y muestra su apoyo a las iniciativas a favor de un comercio justo y consumo responsable respecto de los productos procedentes de los países en desarrollo.

Fuera del ámbito de cooperación, el Comercio Justo ha tenido un reconocimiento parlamentario – aunque no vinculante- en aquellas comunidades en las que el movimiento ha tenido más desarrollo: País Vasco (Proposición No de Ley referente al fomento de un Comercio Justo y solidario entre Norte y Sur de 12 de junio de 1995); Madrid (Proposición No de Ley aprobada por la Asamblea de Madrid el 19 de junio de 1996 sobre Comercio Justo y Solidario); Cataluña (Proposición No de Ley aprobada por el Parlamento de Cataluña el 20 de diciembre de 1996 sobre Comercio Justo y Solidario) y Castilla La Mancha (Proposición No de Ley aprobada por las Cortes de Castilla La Mancha el 6 de abril de 2000).

Esta proposición No de Ley, aún no siendo la primera iniciativa llevada a cabo en Castilla La Mancha en este campo, sí supone la primera declaración institucional al respecto, por lo que es considerada como referencia básica para el desarrollo posterior de la economía solidaria en el marco de las políticas públicas de consumo en la región.

En consecuencia, el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla La Mancha nº 42, de 11 de abril de 2000, publicó la siguiente aprobación de la Proposición No de Ley PNL-05/0501-0006, presentada por don Roberto Tejada Márquez y otros Diputados del Grupo Parlamentario Socialista, relativa a la promoción del comercio justo y solidario en Castilla-La Mancha.

- 1. Considerar que las iniciativas existentes a favor de un comercio justo y solidario realizan una labor pionera, la cual, a pesar de sus dimensiones, aún muy modestas, merece reconocimiento y apoyo por su carácter ejemplar, y tiene que convertirse en una parte integrante de una cooperativa Norte y Sur preocupada por los aspectos sociales y medioambientales.*
- 2. Instar al Gobierno de Castilla-La Mancha a que preste especial atención a aquellos programas que se dirijan a promocionar el comercio justo y solidario en el marco de su política de cooperación para el desarrollo.*
- 3. Instar al Gobierno de Castilla-La Mancha a que establezca relaciones con empresas de comercio justo y solidario, fundaciones, ONGS y demás organizaciones que estén desarrollando proyectos en este campo para estudiar la implantación de estas iniciativas en Castilla-La Mancha, así como para promover la sensibilización dentro de la sociedad castellano-manchega en torno al comercio justo y solidario.*
- 4. Instar al Gobierno de la Nación a que ponga en marcha las recomendaciones contempladas en la resolución sobre comercio justo y solidario aprobada por el Parlamento Europeo el 19 de enero de 1994.*

Por otra parte, diversos ayuntamientos a través de sus Agendas 21 respectivas, y por tanto, desde la óptica del desarrollo sostenible, contemplan acciones relacionadas con el consumo responsable y el comercio justo. Del mismo modo, habría que añadir otras administraciones e instituciones como algunas Diputaciones Provinciales, Universidades, etc.

## **2.8. La compra pública ética**

En el año 2002, la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible animaba a las autoridades, a cualquier nivel, a tomar en cuenta el desarrollo sostenible en la toma de decisiones y a promover las políticas de compra pública que fomenten el desarrollo y la difusión de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente. Por otra parte, si tenemos en cuenta que las administraciones públicas son uno de los mayores consumidores en Europa, concluiremos que sus decisiones de compra tienen impacto en la vida de millones de productores en países en vías de desarrollo. Al respecto, la Comisión Europea estima que la compra pública total de la Unión Europea alcanzó los 1500 billones de euros en 2002, lo que significa un 16,3% del Producto Interior Bruto de la Unión Europea.

Las administraciones, mediante el uso de su poder de compra para elegir bienes y servicios respetuosos con los objetivos sociales y económicos reconocidos por la comunidad internacional, pueden contribuir a la promoción del desarrollo sostenible, y más concretamente, mediante la compra de productos de comercio justo. En este supuesto, pues, se enmarca la “compra pública ética” que se complementa con la llamada “compra verde” referida a aquélla que tiene en cuenta el valor ecológico de los bienes adquiridos y de los servicios contratados.

Por tanto, la introducción del Comercio Justo en los contratos públicos contribuye de manera importante en el logro del desarrollo sostenible así como en la sensibilización para llevar a cabo opciones de compra más responsables en la ciudadanía y el sector empresarial, cumpliendo para ello una función de modelo. En la cuarta Conferencia Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles Aalborg + 10, más de 110 líderes de gobiernos locales firmaron los Compromisos de Aalborg que incluyen, entre otros, adoptar un uso prudente y eficiente de los recursos y promover activamente el consumo y la producción sostenible, especialmente los productos con etiqueta ecológica, orgánicos y de comercio ético y justo.

Las Instituciones Europeas y diversas autoridades de los Estados Miembros, por ejemplo, ya han introducido en las cafeterías y servicios de catering de instituciones públicas o comedores escolares, una amplia gama de productos de Comercio Justo; o bien, han optado por alimentos, bolsas, carpetas, camisetas u otros textiles y balones de Comercio Justo para sus consumos internos, regalos promocionales y eventos deportivos.

Finalmente, añadir entre las iniciativas a favor de la compra pública responsable la que desarrolla la asociación ICLEI (Internacional Council for Local Environmental Initiatives), que agrupa a más de 390 gobiernos locales comprometidos con el desarrollo sostenible, y más en concreto, la campaña “Procura +: campaña por la compra pública sostenible”, de ICLEI Europa,

que se centra en la implantación de la compra pública sostenible en una serie de productos concretos (electricidad, equipos informáticos, edificios, productos para comedores públicos, hospitales y servicios de catering, servicios y productos de limpieza, servicios públicos de transporte). Aunque inicialmente sólo se contemplan criterios medioambientales está previsto ampliar la lista de productos e introducir además criterios sociales.

Además, la Comisión Europea en su Comunicación de 2009 incluye entre las consideraciones políticas del documento la contratación pública y cuyo contenido se reproduce a continuación ya que resulta muy ilustrativo para entender esta cuestión.

*Un ámbito que ha evolucionado de manera importante es el de la contratación pública. Los poderes públicos gastan el equivalente al 16 % del Producto Interior Bruto de la Unión Europea y, por lo tanto, constituyen un mercado estratégico fundamental. Con el fin de responder mejor a la necesidad que tienen los órganos de contratación de ser orientados para efectuar una contratación pública sostenible, la Comisión ha adoptado recientemente una Comunicación sobre la contratación pública para un medio ambiente mejor (que complementa la Guía Verde de la Contratación de la Comisión) y está trabajando actualmente en la publicación de una guía paralela sobre la contratación social. En conjunto, constituyen una guía completa para la contratación pública sostenible.*

*Muchos organismos públicos están convocando licitaciones en las que incluyen objetivos sostenibles o el «comercio justo» en sus políticas de contratación. Algunos Estados miembros han ido más allá y exigen específicamente «la etiqueta de Comercio Justo o su equivalente». Según las normas europeas de contratación pública, los órganos de contratación que deseen comprar mercancías de comercio justo no pueden exigir etiquetas específicas, porque esto limitaría el acceso a la contratación de productos que no están certificados como tales, pero que cumplen normas similares de comercio sostenible.*

*Si un órgano de contratación tiene intención de comprar mercancías de comercio justo, puede definir en las especificaciones técnicas de las mercancías los criterios de sostenibilidad pertinentes, que deben ir unidos al objeto del contrato y cumplir las demás normas pertinentes de contratación pública de la Unión Europea, incluidos los principios básicos de igualdad de trato y transparencia. Estos criterios deben referirse a las características o a la función de los productos (por ejemplo, cristales fabricados con material reciclado) o al proceso de producción de los mismos (por ejemplo, ecológico).*

*Los órganos de contratación que tienen intención de comprar mercancías con garantía de sostenibilidad no deben contentarse simplemente con*

*adoptar una etiqueta concreta e incluirla en las especificaciones técnicas de sus compras. Deben fijarse más bien en los subcriterios que constituyen la base, por ejemplo la etiqueta «Fairtrade» y utilizar solo los que sean pertinentes al objeto de su compra. Los órganos de contratación deben permitir siempre a los licitadores demostrar el cumplimiento de estas normas utilizando etiquetas de Comercio Justo u otros justificantes.*

*Los criterios ambientales y sociales también pueden incorporarse en las cláusulas de ejecución, siempre que estos criterios estén ligados a la ejecución del contrato en cuestión (por ejemplo, sueldo mínimo para los trabajadores implicados en la ejecución del contrato) y cumplan mutatis mutandis los otros requisitos mencionados anteriormente en relación con las especificaciones técnicas.*

Por otra parte, doce miembros de la asociación de grandes ciudades europeas “Eurocities” han puesto en marcha el proyecto CARPE (Cities as Responsible Purchasers in Europe/Ciudades como Consumidoras Responsables en Europa) en el que se investigan las posibilidades de las ciudades para aprobar criterios sociales y medioambientales en la contratación pública para lo que han elaborado, a su vez, una guía práctica y una página web sobre Consumo Responsable.

Y respecto a iniciativas en el sector textil, destaca la campaña “Ropa Limpia” que potencia la Compra Pública Ética mediante la promoción de las “Comunidades de Ropa Limpia” formadas por administraciones locales europeas que se comprometen con la compra ética de productos textiles (fundamentalmente ropa de trabajo como uniformes para los bomberos, servicios de limpieza, etc.). Esta iniciativa es promovida en nuestro país por la ONG Setem-Catalunya y la Red de Compra Pública Ética de Cataluña que agrupa a diversas instituciones y ayuntamientos de dicha comunidad autónoma.

Además, la organización de comercio justo “Iniciativas de Economía Solidaria y Alternativa” (IDEAS), participa en el proyecto europeo “FAIR PROCURA” (“Compra Pública Justa”), que pretende concienciar a las autoridades europeas, regionales y locales sobre el impacto del consumo público en las relaciones sostenibles Norte/Sur; así como asegurar un compromiso de los políticos para que incluyan criterios de Comercio Justo/sociales en la legislación de compras públicas; y fortalecer la dimensión social de compras públicas sostenibles entre compradores institucionales (como se refleja en el Manual para la Compra Pública Ética, elaborado por dicha organización y del que procede la información relativa a los epígrafes anteriores).

En el desarrollo de este proyecto, se estudian las implicaciones legales de la introducción de cláusulas sociales a nivel europeo y nacional así como se

recogen las mejores prácticas de Fair-Procurement en Europa además de celebrar conferencias temáticas con representantes de la Administración y otros actores interesados para lograr una mayor concienciación y compromiso a favor del Comercio Justo por parte de las autoridades públicas.

A modo de resumen de los conceptos introducidos se puede establecer que la compra pública responsable tiene como objetivo integrar preocupaciones sociales, medioambientales y/o éticas en las decisiones de contratación pública. La compra pública responsable puede ser: compra pública verde, compra pública ética o compra pública social. La compra pública verde puede aplicarse a contratos de obra, servicios y suministros. Su objetivo es reducir el consumo reevaluando la necesidad de compra; comprar energía y productos renovables que causen menos o ninguna contaminación; y un desempeño respetuoso con el medio ambiente durante el cumplimiento del contrato.

La compra pública ética representa el compromiso por parte de la autoridades con los productores y otros actores económicos que cumplen con las convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores, lucha contra el trabajo infantil –reconocidos generalmente como Comercio Justo o principios éticos- dando preferencia en sus compras a los productos que apuestan por criterios o estándares éticos más exigentes.

Se aplica generalmente a contratos de suministro –alimentos y textil-. La compra pública social hace referencia al apoyo, por parte de las autoridades, a las políticas de empleo, mediante la inclusión de condiciones relativas a empleo o formación de determinados grupos sociales, en las condiciones de ejecución de los contratos públicos (por ejemplo, promoción del empleo, protección de condiciones laborales, apoyo a la economía social o promoción de accesibilidad e igualdad de oportunidades). Se aplica especialmente a contratos de obra y servicio, generalmente en la fase de ejecución de los mismos (basado en “The CARPE Guide to Responsible Procurement”; Eurocities, Bruselas 2004).

## **2.9 La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social de las Empresas (RSE)**

La Comisión Europea define la responsabilidad social de la empresa como “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Esta vaga definición contenida en el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” de la Comisión Europea (2001), va siendo aclarada a lo largo del citado Libro Verde cuando se establece que la empresa responsable

excede el cumplimiento de la normativa vigente, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, conciliando el desarrollo social con el económico.

En un sentido más amplio, se define también como “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”. Tal y como se recoge en “Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales” (Javier Wenceslao Ibáñez Jiménez (coord.); Akal, 2004), son dos los ámbitos en los que la Unión Europea y las empresas más comprometidas con la responsabilidad social, con un propósito de fomento de buenas prácticas, intentan consensuar la elaboración de un marco europeo al respecto: la homologación de mecanismos e instancias aceptables de auditoría y control de los niveles de responsabilidad social, especialmente externos a las sociedades responsables; y la definición de los procedimientos y medios de evaluación de los parámetros de responsabilidad social.

La noción de responsabilidad social que albergan las instituciones de la Unión Europea se asienta principalmente, en suma, sobre la sostenibilidad, es decir, la pervivencia o continuidad del desarrollo medioambiental, social y económico. Finalmente, en su modelo de Performance Social, Carroll en 1991, establece una definición de la responsabilidad social corporativa que incluye, de forma piramidal, los siguientes cuatro tipos de responsabilidad por orden de primacía:

- Responsabilidad económica: es la responsabilidad fundamental de la empresa; la base sobre la que descansan el resto de responsabilidades. La sociedad requiere de las empresas la producción de bienes y servicios.
- Responsabilidad legal: este tipo de responsabilidad conlleva el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones.
- Responsabilidad ética: incluye los comportamientos y actividades que aún no estando codificados en leyes, la sociedad espera un cumplimiento riguroso.
- Responsabilidad discrecional, voluntaria o filantrópica: la asunción de responsabilidades de este tipo responde al deseo de contribuir, voluntariamente, a la solución de algunos problemas sociales, que aún tratándose de una responsabilidad deseable por parte de la sociedad, no está motivada por reglamentaciones ni por cuestiones éticas.

Respecto de las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa, en un estudio realizado por Guildea (1994) para conocer la importancia que para los consumidores americanos tenían los distintos factores que afectan la decisión de compra, se obtuvo como resultado que los cuatro factores más importantes fueron los atributos tradicionales de calidad, precio, conveniencia y servicio. Del resto de factores más valorados se encontraron algunas de las dimensiones más características de la Responsabilidad Social Corporativa: apoyo de la empresa a la comunidad, prácticas de negocio, trato a los empleados y conciencia medioambiental.

Asimismo, Guildea determinó de una lista de setenta y cuatro atributos de carácter ético cuales eran los más significativos como indicadores del nivel de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas:

- Fabrican productos seguros.
- No contaminan el aire o el agua.
- Cumplen la legislación en todos los aspectos de empresa.
- Promueven el comportamiento ético de sus trabajadores.
- Comprometidas con la seguridad en el trabajo.
- No utilizan publicidad engañosa.
- No llevan a cabo políticas discriminatorias.
- Utilizan empaques que respetan el medioambiente.
- Protegen a los empleados contra el acoso sexual.
- Mantienen programas de reciclaje en la empresa.
- Mantienen programa de reducción de desechos en la empresa.
- Mantienen programas de ahorro energético en la empresa.
- Apoyo y asistencia a empleados discapacitados.
- Aportan donaciones a causas educativas y sociales.
- Utilizan solamente materiales biodegradables y reciclables.

- Son corteses y amigables con los empleados.
- Tratan de incrementar continuamente la calidad de sus productos o servicios.
- Responden rápidamente a los problemas de los consumidores.
- Ofrecen cobertura médica a sus empleados.

## **2.10 Inversiones éticas o socialmente responsables**

Como apunta la Comisión Europea en su ya citado Libro Verde acerca de la Responsabilidad Social Corporativa, en los últimos años ha aumentado mucho la popularidad de la Inversión Socialmente Responsable (ISR) entre los grandes inversores. Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a minimizar los riesgos anticipando y previniendo crisis que pueden dañar la reputación y provocar caídas espectaculares del valor de las acciones. La demanda de fondos ISR está aumentando rápidamente en Europa.

Los fondos ISR invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos. Dichos criterios pueden ser negativos, lo que excluye a las empresas tabaqueras y productoras de bebidas alcohólicas y armas. Los criterios pueden ser también positivos y dirigirse a empresas activas en el ámbito social y medioambiental.

Otra posibilidad importante con la que cuentan los inversores para conseguir que la dirección de una empresa adopte prácticas socialmente responsables es el “activismo accionarial”. Se espera que este activismo cobre mayor relevancia a medida que aumente la importancia otorgada a las cuestiones de gobernanza empresarial y el desarrollo de los fondos de pensiones.

Por tanto, la financiación ética está orientada a la promoción de un cambio social y económico que produzca las condiciones necesarias para crear una sociedad más justa, igualitaria y solidaria, en el contexto de un desarrollo sostenible. En este sentido, el ahorro se utiliza no sólo en la búsqueda de una rentabilidad económica sino también social, invirtiendo en proyectos y empresas que contemplen dichos objetivos.

Supone la base de una economía social, solidaria y alternativa, que permite a la población más desfavorecida acceder a recursos financieros para poder mejorar su calidad de vida. Así tenemos distintas opciones de inversiones

éticas, tales como los préstamos solidarios, los microcréditos, la banca ética o los fondos de inversión éticos.

En consonancia con los principios que inspiran las inversiones éticas se constituyen, asimismo, cooperativas con sección de créditos para evitar recurrir a los canales convencionales de financiación, que se caracterizan por la falta de información del inversor, el destino de los fondos a fines con los que aquél no se siente identificado, o la especulación y utilización de instrumentos incompatibles con la economía solidaria.

Como precisa la Red de Útiles Financieros “RUFAS”, los objetivos de las inversiones éticas pueden dirigirse a la creación de empleo, ayudando a la inserción laboral de personas excluidas, proveyendo de productos o servicios de utilidad social, fomentando procesos productivos limpios, etc. Por otra parte, los recursos financieros deben destinarse a la inversión en proyectos viables de manera que no se incurra en pérdidas que defrauden las expectativas de los ahorradores o mermen la capacidad de reutilización de tales recursos. En definitiva, se opta por una gestión financiera que no persiga fines lucrativos sino que manifieste una decidida vocación social.

### ***2.11. La auditoría social***

Como se cita en la referida Comunicación de la Comisión de 2009, el comercio justo ha desempeñado un papel innovador, sacando a la luz los asuntos de la responsabilidad y la solidaridad, lo cual ha repercutido en otros operadores y ha dado lugar a la aparición de otros regímenes de sostenibilidad.

Las iniciativas privadas de sostenibilidad comercial utilizan distintas normas de auditoría social o ambiental, que han aumentado en número y en cuota de mercado. La norma social mejor conocida es quizás la SA8000, iniciada por Social Accountability International (SAI) en 1997. Algunas garantías que abarcan asuntos más amplios, como criterios sociales y ambientales, son por ejemplo Utz certified y Rainforest Alliance (RA).

Las iniciativas de sostenibilidad comercial multiempresarial, en diversas partes de Europa, van desde los acuerdos nacionales para poner en común los resultados de las auditorías sociales a las iniciativas transnacionales con un cierto apoyo estatal, como Ethical Trading Initiative (ETI - Iniciativa para el Comercio Ético). No es necesario que el trabajo preparatorio de los operadores para cumplir y auditar las normas se transmita mediante una certificación y una etiqueta destinadas a los consumidores.

El cumplimiento y la auditoría de las normas pueden considerarse como un esfuerzo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de una empresa, lo cual no siempre se indica en el producto. Las actividades de RSE pueden

verse reforzadas por el compromiso de una empresa con una serie reconocida de criterios u objetivos, por ejemplo a través del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

### **Los mercados de etiquetado privado pueden dividirse en:**

- comercio justo propiamente dicho,
- otro «nicho» de productos certificados que no participan formalmente en el comercio justo, sino que tratan de sensibilizar a los consumidores sobre los asuntos relacionados con la sostenibilidad (Rainforest Alliance, Utz Certified),
- productos cubiertos por normas básicas con las que se pretende abarcar «a toda la industria» (por ejemplo, el Código para la Comunidad Cafetera (4C) o la Asociación Ética del Té),
- el resto (suministros de mercancías «sin denominación»).

Un mismo productor puede vender en las cuatro categorías. Al consumidor puede resultarle difícil evaluar el significado de diversos sistemas relacionados con la sostenibilidad.

Asimismo, como determina la Red Estatal de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), la auditoría social es un proceso que permite a una organización, evaluar su “eficacia social” y su comportamiento ético en relación a sus objetivos, de manera que pueda mejorar sus resultados sociales o solidarios y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad.

El principio sobre el que se fundamenta la auditoría social es el que establece generar un mejoramiento permanente del resultado solidario de la empresa. Al respecto, una buena auditoría social debe reunir las siguientes cualidades:

- perspectiva múltiple: incluir el punto de vista de todos aquellos comprometidos por la actividad de la empresa;
- completa: cubrir todos los aspectos del resultado social y ambiental de la empresa;
- comparativa: herramientas de comparación de un período al otro, en relación con organizaciones similares y con normas sociales establecidas utilizando indicadores cualitativos y cuantitativos pertinentes;

- regular: se trata de un proceso de largo alcance y no de una operación puntual;
- controlada: por controladores externos sin implicaciones en la actividad de la empresa;
- pública: los informes regulares que se refieren al desenvolvimiento de la auditoría social deben ser publicados y comunicados a todas las personas comprometidas (tanto internas como externas).

Sin embargo, en el contexto innovador de la responsabilidad social de las empresas se hace preciso delimitar el compromiso social y el marketing. Aunque algunas empresas demuestran que ajustándose a criterios de responsabilidad social y medioambiental un cambio es posible, en otros muchos casos lo que se enmascara es un marketing despiadado y un abuso mercantil. En este sentido, la información es escasa tanto en calidad como en cantidad e incluso, no está contrastada o bien no es de utilidad.

El 40% de las grandes empresas europeas llevan a cabo auditorías sociales con el objetivo de seguir la trazabilidad de sus productos y su correspondiente impacto social. Sin embargo, el mero hecho de que así sea, lamentablemente no es garantía suficiente de una gestión empresarial con estándares éticos. El 45% de los empresarios españoles desconocen si se produce cualquier tipo de explotación en su cadena de proveedores.

Por otra parte, detrás de una imagen social responsable e, incluso, solidaria de las grandes empresas se esconde otra realidad preocupante. El poder de las empresas multinacionales crece cada vez más, mientras las instituciones políticas, tanto nacionales como internacionales, son cada vez menos activas en la labor de enfrentar y reglamentar el comportamiento de las corporaciones.

Además de que las multinacionales reúnen en sí un poder económico que sobrepasa el Producto Interior Bruto de un gran número de países, se han constituido redes de presión política o lobbying sofisticados a través de las cuales influyen directamente en la vida política promoviendo sus intereses del mismo modo que lo hacen a nivel social al promocionar no ya marcas sino estilos de vida mediante campañas publicitarias agresivas, de tal modo que si no es la excelencia o fiabilidad de la publicidad la que acabe convenciendo, serán los tres mil impulsos publicitarios los que lo hagan (medios de comunicación, folletos, carteles, etc.).

La influencia política se deja entrever, por ejemplo, en el Diálogo Transatlántico de Comercio (TABD) establecido en 1995 y que supone la mayor alianza internacional entre empresas privadas y Estados. El TABD tiene una influencia directa y masiva en las políticas de la Unión Europea y

de los Estados Unidos siendo su objetivo la reducción de barreras para el comercio internacional, contrarrestando cualquier norma o política que no convenga a la agenda corporativa de ambos lados del Atlántico.

Todo esto queda expresado en la iniciativa puesta en marcha por IDEAS y ECO-JUSTO y que se denomina “Observatorio de Corporaciones Transnacionales”. Tiene como objetivo el análisis del comportamiento de las corporaciones transnacionales, en general, y de determinados productos, marcas o sectores, en particular.

Los diferentes boletines que edita el Observatorio, y que se pueden consultar en la página web <http://www.ideas.coop>, incluyen información sobre la estructura y funcionamiento de la empresa o sector, el comportamiento corporativo, un listado de las marcas, información sobre la rentabilidad económica (distribución de beneficios en la cadena, evasión de fiscalidad), la ética empresarial y responsabilidad social, y el poder y toma de influencia de la empresa, así como también una síntesis sobre la “composición” de sus productos estrella tanto en el aspecto económico, social y ecológico como en el aspecto técnico (ingredientes y envase), y propuestas de acción y enlaces relevantes.

### **3. Líneas estratégicas de acción**

#### ***3.1. Modelo de estrategia pública para un consumo ético***

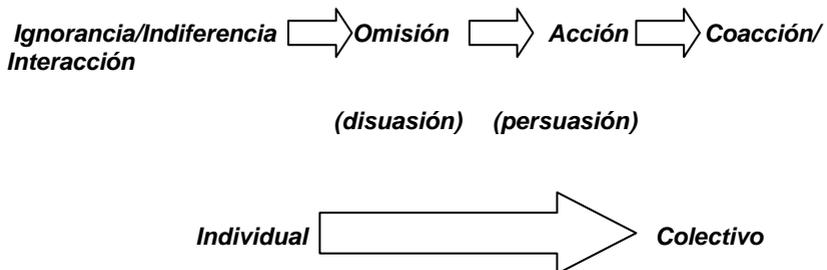
En este apartado me limitaré a presentar, sucintamente, los grandes rasgos sobre los que entiendo debiera construirse un modelo de estrategia pública para un consumo ético. El objetivo es dotar de un espacio propio a la economía solidaria en el marco de las políticas públicas de consumo que sea compatible con una estrategia integral de cooperación y desarrollo establecida bidireccionalmente tomando como referencia el área de intervención.

Si la misión, en términos generales, de las políticas públicas de consumo (y, por extensión, a cualquier otra aplicable) es actuar proactivamente -minimizando riesgos e incertidumbres- y reactivamente -teniendo capacidad de respuesta para las demandas sociales de cambio- y, a la vez, promoviendo sinergias entre ambas, la traslación al campo de la economía solidaria y la cooperación no sería otra que llevar la proactividad a las acciones en origen (cooperación al desarrollo) que den oportunidades de oferta comercial que se corresponda sinérgicamente con la simultánea reactividad derivada de las acciones en destino (consumo ético) que generen una demanda consecuente de productos y servicios sobre la base de unas relaciones comerciales justas.

Por otra parte, si consideramos que no se arranca de una situación neutra sino de un marcado desequilibrio, no sólo entre la oferta y la demanda convencional, sino también en lo que se refiere a las relaciones comerciales entre los países del Norte y los del Sur se deduce la necesidad de adoptar una perspectiva temporal para la estrategia y, por lo tanto, de un diseño planificado para la secuencia de las actuaciones correspondientes; es decir, un proceso para la acción.

Este proceso viene determinado por los estados de la demanda ética en las personas consumidoras, que transcurren desde el inicial, caracterizado por la ignorancia y la indiferencia, hasta la co-acción y la denuncia pasando por los estados intermedios de la omisión y la acción. El proceso avanza, paralelamente a esta secuencia, desde lo individual a lo colectivo, especialmente en lo que afecta a las decisiones y conductas de la población como consumidores y usuarios.

Gráficamente podría ilustrarse el proceso para la acción con el siguiente diagrama de flujo:



Según este proceso, el primer objetivo sería promover en las personas consumidoras un cambio de actitud desde su desconocimiento o indiferencia, informándoles y sensibilizándoles para la incorporación de valores a sus decisiones de compra que les lleve, en primera instancia, a la omisión o abandono de la demanda de bienes producidos con prácticas contrarias a la dignidad de las personas o a la sostenibilidad del planeta.

A continuación, en una segunda instancia, el recorrido debe conducir al fomento de una posición activista centrada en la búsqueda y adquisición de productos acreditados éticamente para pasar, finalmente, a un último estado de concienciación tal en el que, además, se interactúe colectivamente con otras personas consumidoras y se contribuya a la transformación social (tan bien expresado en la frase “*tu compra es tu voto*”) a través no sólo de nuestro comportamiento de compra ético (*buycot*) sino también colaborando en la erradicación de un mercado no ético (*boicot*).

A su vez, en un continuo “actividad/reivindicación” podríamos, también, insertar el proceso de influencia a alcanzar que quedaría ensamblado según sus etapas principales:

**Sensibilización → preocupación → inquietud → interés → implicación**

Por último, en esta propuesta estratégica resta delimitar los campos de acción para evitar el derroche de recursos por duplicidades y solapamientos entre la acción pública y la de las organizaciones ciudadanas y voluntariado. Al respecto, conviene establecer las máximas sinergias posibles estimando cuáles deben ser las tareas de cada actor en función de sus potencialidades.

Una manera esquemática de reflejar este planteamiento de sinergia de actuaciones podría ser el siguiente:

<b>ADMINISTRACIÓN</b> <i>(Impulsa y fomenta)</i>	<b>MOVIMIENTOS CIUDADANOS</b> <i>(Induce y diseña cambios)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de sensibilización</li> <li>• Campañas divulgativas e informativas</li> <li>• Programas de formación</li> <li>• Medidas de fomento: recursos técnicos y financieros</li> <li>• Acciones de discriminación positiva</li> <li>• Participación</li> <li>• Planes de educación en valores</li> <li>• Mecanismos de penetración en el mercado</li> <li>• Regulación y control de prácticas comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de campo Seguridad y eficacia)</li> <li>• Proximidad al ciudadano (Confianza)</li> <li>• Optimización de los recursos</li> <li>• Independencia y autonomía</li> <li>• Compromiso</li> </ul>

Tanto en el diseño como en la planificación del modelo debe tener una especial relevancia en su desarrollo el papel que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación juegan en la sociedad de consumo actual.

### **3.2. Las políticas de consumo en el marco de la Responsabilidad Social**

Esta línea estratégica de acción pretende desarrollar la economía solidaria en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas y, en particular, en lo que atañe a las políticas públicas de consumo.

A continuación se incluyen una serie de propuestas de sencilla implementación en coalición con la corresponsabilidad del colectivo organizado de las personas consumidoras, que pueden ser incorporadas por las empresas en sus planes de responsabilidad social y que contribuirían notablemente a la evolución de la economía solidaria en el mercado actual.

- Diseño de programas de cooperación que promuevan acciones de reciprocidad entre empresas y consumidores.
- Medidas para la visibilidad de la Responsabilidad Social Empresarial y su reconocimiento mediante discriminación positiva: distintivos.
- Compendiar las empresas socialmente responsables en catálogos de utilidad para los consumidores (de contenido similar al de algunas guías al uso que prestigian en la actualidad). Facilita el acceso ordenado y el ajuste de la oferta y la demanda socialmente responsables.
- Creación de la figura de mediador empresarial que vele por la condición de Responsabilidad Social de las Empresas y haga fluida la comunicación con el colectivo de consumidores.
- Implementar mecanismos de acuerdo amistoso para la resolución de los litigios entre empresas y consumidores en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (a través de los mediadores).
- Habilitar cauces de participación de los consumidores en las empresas en relación con sus políticas de Responsabilidad Social de las Empresas (a modo de consejos externos de Responsabilidad Social Empresarial).
- Aproximar la oferta de atributos de Responsabilidad Social de las Empresas al conocimiento de la demanda de los consumidores (consenso de atributos).
- Confeción de “listas negras” que adviertan a los consumidores de las prácticas contrarias a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Establecer sistemas rápidos de intercambio de información que minimicen los efectos adversos derivados de conductas comerciales negativas desde el punto de vista de la ética del consumo.

- Prestación de servicios a los trabajadores de las empresas socialmente responsables en su calidad de consumidores y usuarios en el marco de los planes de acción social o de recursos humanos, contribuyendo a extender el ejercicio de la corresponsabilidad, y en consecuencia, la Responsabilidad Social de las Empresas.
- Atención diferenciada a los colectivos vulnerables o desfavorecidos (discapacitados, personas mayores, infancia, inmigrantes, etc.) en las políticas empresariales de Responsabilidad Social Empresarial. Normalización del acceso a dicha Responsabilidad Social.
- Capilarizar las acciones de Responsabilidad Social de las Empresas en el tejido social, a través de las redes internas de las organizaciones de consumidores, promoviendo alternativas de producción y comercialización.
- Fomentar el voluntariado en el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Generar vínculos entre Responsabilidad Social de las Empresas y cooperativismo.
- Creación de redes de empresas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Analizar la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial de carácter sectorial en relación con la demanda de los consumidores.
- Diseño de acciones para la concentración de la demanda de los consumidores que proporcione consistencia a sus criterios de Responsabilidad Social de las Empresas.
- Interlocución de las empresas socialmente responsables (reguladores sociales) en la búsqueda y aplicación de soluciones a los problemas que afecten al conjunto de la población mediante su incorporación como atributos de Responsabilidad Social Empresarial en la medida en que esto sea posible (proactividad/reactividad de la Responsabilidad Social Empresarial).

Las características consecutivas sobre las que se asienta la relación entre el colectivo de consumidores y las empresas socialmente responsables son: visibilidad, legitimación, credibilidad, confianza y fidelización. Una óptima sinergia entre consumidores y empresas socialmente responsables supone una oportunidad para la autogestión social como síntoma de madurez que

lleva a los poderes públicos a traspasar capacidad de decisión y resolución de manera coaligada, facilitando en buena medida el ejercicio de la soberanía ciudadana.

### **3.3. Plan Estratégico de Consumo de Castilla - La Mancha**

Aunque lo que se incluye en estas páginas revela la decada de economía solidaria en las políticas públicas de consumo de Castilla La Mancha comprendida entre los años 2000 y 2009, se considera relevante hacer referencia como línea estratégica de acción en el futuro al I Plan Estratégico del Instituto de Consumo (vigente para el período 2010-2014) como herramienta de actuaciones planificadas, entre otras, para una adecuada integración del consumo solidario en el marco general de la protección de las personas consumidoras y usuarias.

A continuación, se reseñan aquellos contenidos y medidas que sirven para mostrar cómo una administración de consumo puede poner en marcha iniciativas que redunden en unas relaciones comerciales más justas y, en definitiva, a contribuir a la transformación social desde la corresponsabilidad ciudadana por un consumo ético y sostenible.

Como se indica al inicio del citado Plan Estratégico, la visión del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha es la de una organización que debe liderar, desde su marco competencial, las acciones precisas para lograr una sociedad en la que las personas tengan igual acceso a bienes y servicios seguros y sostenibles. Una sociedad en la que puedan ejercer sus derechos individuales como personas consumidoras y usuarias, y puedan defender sus intereses colectivos. En definitiva, que el consumo pueda servir como elemento de integración social y coadyuve con el desarrollo personal y armónico de sus ciudadanos en el contexto de una sociedad de consumo más libre, justa y solidaria. Regulación de la compra pública ética en el ámbito de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (medida nº 29 – Área de protección del consumidor).

- Desarrollo de la Red de Compra Pública Ética (medida nº 35 – Área de promoción del consumidor).
- Organización de futuras ediciones de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable (medida nº 36 – Área de promoción del consumidor).
- Desarrollo de una red de entidades locales para la promoción de la compra pública ética y sostenible (medida nº 10 – Área de políticas locales de consumo).

- Diseño e implementación de programas de sostenibilidad local relacionados con el comportamiento de compra de los ciudadanos (medida nº 11 – Área de políticas locales de consumo).
- Desarrollo del programa de Ciudades por el Comercio Justo (medida nº 12 – Área de políticas locales de consumo).

Promoción de la cooperación internacional en materia de consumo a través del intercambio de iniciativas y experiencias, la constitución de redes o la puesta en marcha de proyectos en materia de consumo tanto en el ámbito de las políticas de gestión como de innovación e investigación, especialmente con carácter solidario (medida nº 5 – Área de cooperación institucional).

#### **4.- La Economía Solidaria en las políticas públicas de promoción en materia de consumo**

##### **4.1. Asistencia técnica y financiera. Fomento de estructuras y recursos**

La Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, a través de la Dirección General de Consumo primero y del Instituto de Consumo después, ha concedido ayudas en materia de economía solidaria, durante el período 2001-2009, por un total de 1.781.644 euros mediante convenios y subvenciones a las distintas organizaciones que desarrollan proyectos en la región y, originariamente, a la Coordinadora de Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo de Castilla La Mancha que aglutinaba en sus inicios los colectivos correspondientes.

## COMERCIO JUSTO

### CONVENIO ENTRE LA CONSEJERÍA DE SANIDAD Y LA COORDINADORA DE O.O.N.GG. PARA EL DESARROLLO DE CASTILLA-LA MANCHA

El día 24 de abril se firmó, entre la Consejería de Sanidad y en sede de la misma, y la Coordinadora de Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo de Castilla-La Mancha, un convenio de colaboración en materia de consumo, con el objetivo esencial de desarrollar actividades de promoción del Comercio Justo en Castilla-La Mancha.

Al acto de firma asistieron,



además del Consejero de Sanidad, D. Fernando Lamata Cota y el Presidente de la Coordinadora, D. Fernando Gutiérrez García Calvo, el Director General de Consumo, D. Carlos Macía de Castro, la Delegada Provincial de Sanidad de Toledo, D<sup>a</sup>. María Jesús Abarca, representantes de distintas asociaciones de Comercio Justo, y un representante de la Cooperativa ISMAM, de Chiapas (México), productora del café de Comercio Justo.

Siguiendo el tenor literal del apartado de OBJETO del Convenio, este es el de promover programas de Comercio Justo y Economía Solidaria, a través del consumo ético y responsable, informando, concienciando y formando a los consumidores, al objeto de conseguir hábitos de compra acordes con el Comercio Justo, para que este sea una alternativa, fomentando las tiendas



de Comercio Justo.

Para los anteriores objetivos, el Convenio menciona inicialmente tres Campañas de promoción:

- "Café con sabor a dignidad"

(De Chiapas y Tanzania).

- "Balones hechos con dignidad" (De Pakistán).

- "Materiales didácticos para primaria" (De Bangladesh).

Las anteriores campañas se completarán con actividades formativas, de difusión en medios de comunicación y otras encaminadas a detección y denuncia de prácticas comerciales contrarias al consumo ético.

Merece la pena destacar que Castilla La Mancha es un caso único en la financiación de proyectos y actividades de economía solidaria en el marco de las políticas públicas de consumo. La trayectoria recorrida durante toda esta década invita a conocer, con detalle, los contenidos de la asistencia técnica y financiera dada a las distintas organizaciones y colectivos.

Por ello, se considera relevante dar a conocer aspectos de las convocatorias de órdenes de subvención y la dinámica generada con estas políticas de promoción, especialmente en lo que se refiere a las estructuras y recursos disponibles en la región.

Además de la orden de subvenciones específica para proyectos de economía solidaria y que se reproduce parcialmente más adelante, el Instituto de Consumo (antes Dirección General de Consumo) propone desde hace años la financiación de proyectos relacionados con el consumo

responsable y el comercio justo a desarrollar tanto por entidades locales como por organizaciones de consumidores.

Así, por ejemplo, en la convocatoria de subvenciones para programas de actividades en materia de consumo a realizar por las Asociaciones de Consumidores e Instituciones sin fin de lucro, entre las actividades que pueden ser objeto de financiación figuran las denominadas actividades complementarias.

En el párrafo correspondiente se dice que se subvencionarán, con carácter preferente, aquellas actividades que, de manera sinérgica, contribuyan a la sensibilización con el comercio justo en el ámbito que le es propio; y en concreto, cuantas acciones se desarrollen dirigidas a la promoción de la comercialización de productos de comercio justo, a través de puntos de venta internos para asociados, en coordinación con las organizaciones regionales de comercio justo y consumo responsable.

En el ámbito de esta financiación se han desarrollado diferentes iniciativas, de las que cabe destacar la creación de Rincones Solidarios en las cooperativas de consumidores, para la comercialización diferenciada de productos de comercio justo y su progresiva integración en los canales de comercialización convencionales.

Por otra parte, algunas entidades locales a través de sus Oficinas Municipales de Información al Consumidor han llevado a cabo proyectos específicos en el campo de la difusión del comercio justo al amparo de las subvenciones concedidas a tal efecto, complementando la labor desarrollada por las organizaciones de comercio justo de Castilla La Mancha según el modelo de estrategia pública referido anteriormente.

A continuación, y para finalizar este recorrido por las líneas de asistencia técnica y financiera puestas a disposición por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha en el marco de la promoción de un consumo ético, se reproducen literalmente los contenidos de mayor interés de la convocatoria de 22 de diciembre de 2009 (publicada en términos similares a las anteriormente convocadas) por la que se establecen las bases reguladoras y se convocan subvenciones para Programas de Comercio Justo y Economía Solidaria en materia de consumo a realizar durante el año 2010.

...En la conferencia de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) celebrada en Ginebra en 1964 se pronunció por primera vez el lema "Comercio, no Ayuda". Durante la segunda conferencia de la UNCTAD en Nueva Delhi en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo, pero el resto del mundo hizo caso omiso a estas exigencias.

A pesar de ello, diferentes colectivos recogieron los problemas derivados de las relaciones comerciales internacionales Norte-Sur, y así sucesivamente, se fueron creando tiendas solidarias para la venta de productos del Tercer Mundo cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por los aranceles y, posteriormente, las organizaciones de comercio justo pusieron en marcha campañas de concienciación sobre el comercio justo.

El comercio justo, como sistema alternativo de comercialización, asume en su práctica un código de conducta que, entre otros, implica los siguientes compromisos: estructuras organizativas abiertas, transparentes, participativas y democráticas; producción respetuosa con el medio ambiente; garantía de condiciones laborales dignas; igualdad de género respecto de derechos y remuneraciones; garantía de libre asociación de trabajadores; no explotación laboral infantil y productos de alta calidad.

La comercialización de los productos de comercio justo persigue que a los grupos de productores, desfavorecidos socioeconómicamente y con difícil acceso al mercado, reviertan los beneficios obtenidos para que puedan mejorar sus condiciones de vida reduciéndose las desigualdades con los países más desarrollados.

Por otra parte, la política regional de consumo está claramente orientada a la promoción del consumo responsable lo que implica una decidida apuesta por concienciar a los consumidores y usuarios en la búsqueda de la calidad social de los productos y servicios y en el comportamiento solidario, de manera que incorporen a sus decisiones de compra tales criterios.

Asimismo, se hace necesaria la promoción de la compra pública ética, establecida en la Ley de Contratos del Sector Público, Ley 30/2007, de 30 de octubre, para la introducción de criterios éticos relativos al cumplimiento de convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, derechos de los trabajadores o lucha contra el trabajo infantil, dando preferencia en sus compras a aquellos proveedores y productos que apuestan por criterios o estándares más exigentes: menor impacto ambiental, el fomento de la equidad social o la garantía de condiciones laborales dignas. Todo ello con el objetivo de asegurar la trazabilidad social de los productos consumidos por la administración y una mayor coherencia entre las políticas de la administración y sus hábitos de consumo. Por todo ello, el Instituto de Consumo de Castilla la Mancha junto con la Federación de Municipios y Provincias de Castilla La Mancha, ha impulsado la creación de una Red de Compra Pública Ética.

Finalmente, el Pleno de las Cortes de Castilla-La Mancha, en sesión celebrada el día 6 de abril de 2000, aprobó la Proposición no de Ley 05/0501-0006, relativa a la promoción del comercio justo y solidario en Castilla-La Mancha, cuya resolución expresa lo siguiente:

1. Considerar que las iniciativas existentes a favor de un comercio justo y solidario realizan una labor pionera, la cual, a pesar de sus dimensiones, aún muy modestas, merece reconocimiento y apoyo por su carácter ejemplar, y tiene que convertirse en una parte integrante de una cooperativa Norte y Sur preocupada por los aspectos sociales y medioambientales.
2. Instar al Gobierno de Castilla-La Mancha a que preste especial atención a aquellos programas que se dirijan a promocionar el comercio justo y solidario en el marco de su política de cooperación para el desarrollo.
3. Instar al Gobierno de Castilla-La Mancha a que establezca relaciones con empresas de comercio justo y solidario, fundaciones, ONGS, y demás organizaciones que estén desarrollando proyectos en este campo para estudiar la implantación de estas iniciativas en Castilla-La Mancha, así como para promover la sensibilización dentro de la sociedad castellano-manchega en torno al comercio justo y solidario.
4. Instar al Gobierno de la Nación a que ponga en marcha las recomendaciones contempladas en la resolución sobre comercio justo y solidario aprobada por el Parlamento Europeo el 19 de enero de 1994.

La Ley 9/2006, de 21 de diciembre, de modificación del texto refundido de la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha en materia de subvenciones y ayudas públicas, establece que la convocatoria pública de éstas se realizará por Orden de la correspondiente Consejería.

La Ley 5/2006, de 14 de diciembre, en su artículo 11 establece la competencia del Director del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha para la resolución de los asuntos que reglamentariamente o legalmente le vengan atribuidos.

En su virtud, y teniendo en cuenta el Decreto 21/2008 de 5 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo del Texto Refundido de la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha en materia de subvenciones, aprobado por Decreto Legislativo 1/2002, de 19 de noviembre, esta Consejería de Salud y Bienestar Social ha resuelto convocar subvenciones para programas de economía solidaria y comercio justo dirigidos a la consecución de un consumo más solidario, saludable y ecológico en la Región, que desarrollen las Organizaciones y entidades sin fin de lucro de Castilla-La Mancha relacionadas con el cooperativismo de consumo y el comercio justo, durante el ejercicio económico de 2010, de acuerdo con las siguientes bases:

**Base 1: Objeto de la convocatoria y normativa aplicable.**

1. Constituye el objeto de la presente Orden, el establecimiento de las bases y la convocatoria de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, para la realización, dentro del área consumo, de programas en materia de economía solidaria y comercio justo referidas a Castilla La Mancha que realicen las organizaciones y entidades sin fin de lucro relacionadas con el cooperativismo de consumo y comercio justo, concurrentes a la presente convocatoria durante el ejercicio económico de 2010, y cuyos objetivos sean:

- Informar, concienciar y formar a los consumidores en materia de economía solidaria y comercio justo.
- Conseguir en los consumidores unos hábitos de compra y unos criterios determinados acordes con el Comercio Justo.
- Conseguir que el Comercio Justo constituya una nueva alternativa basada en un modelo de relaciones comerciales que establezcan un intercambio equitativo y justo.
- Fomentar las tiendas de Comercio Justo como vehículo por el que los consumidores responsables y solidarios puedan acceder a los productos de comercio justo.
- Organizar campañas informativas y divulgativas, pensadas para sensibilizar a la población sobre las desigualdades en que se mueve habitualmente el comercio para conseguir que se corresponsabilicen, sabiendo del poder equilibrador que tiene su decisión personal de compra.

### **Base 2: Aplicación presupuestaria.**

La concesión de subvenciones aquí previstas se harán con cargo a la partida presupuestaria 63010000G/443B/4825X, siendo la cuantía total a conceder en el ejercicio 2010 de 275.000 euros.

### **Base 3. Beneficiarios.**

Podrán acogerse a la presente convocatoria de subvenciones:

Las Organizaciones, Cooperativas y Asociaciones de éstas, relacionadas con el objeto de la convocatoria, o aquellas que dispongan de centros de promoción del comercio Justo, siempre que desarrollen su actividad referida a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, antes de finalizar el plazo de presentación de instancias que se establece en la convocatoria.

#### **Base 4: Requisitos a cumplir por los Beneficiarios.**

Los beneficiarios además deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Los beneficiarios deberán acreditar, en la fecha de solicitud, estar al corriente de sus obligaciones por reintegro de subvenciones, tributarias, tanto a nivel estatal como autonómico, y frente a la Seguridad Social mediante declaración responsable cuando el importe de la subvención no supere los 60.000 euros.

En el supuesto de que la entidad no esté sujeta al cumplimiento de alguna de estas obligaciones, deberá presentar certificación acreditativa de dicho extremo.

En el caso de que la subvención concedida supere los 60.000 euros, será necesario para acreditar el cumplimiento de las anteriores obligaciones las correspondientes certificaciones positivas del cumplimiento de tales extremos de los organismos competentes. No obstante, los beneficiarios podrán autorizar expresamente a la Administración mediante el modelo recogido en el Anexo V, a recabar dichos certificados.

2. Igualmente, deberán acreditar el pago del Impuesto de Actividades Económicas (IAE), mediante la presentación del último pago del I.A.E. o en su defecto la declaración de estar exento del mismo, ajustándose dicha justificación de exención a lo establecido en el art. 82 del RDL 2/04 de 5 de marzo que aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.

3. Además, y de acuerdo con el art.13 de la Ley General de Subvenciones, Ley 38/2003 de 17 de noviembre y el art. 74 de la Ley de Hacienda de Castilla La Mancha, los solicitantes que deseen ser beneficiarios de la subvención no podrán.

- Haber sido condenados mediante sentencia firme a la pena de pérdida de posibilidad de obtener subvenciones públicas.
- Haber solicitado la declaración de concurso, haber sido declarado insolventes en cualquier procedimiento, hallarse declarados en concurso, estar sujetos a intervención judicial o haber sido inhabilitados conforme a la Ley Concursal sin que haya concluido el periodo de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.
- Haber dado lugar, por causa de la que hubiesen sido declarados culpables, a la resolución firme de cualquier contrato celebrado con la Administración.

- Estar incurso la persona física, los administradores de las sociedades mercantiles o aquellos que ostenten la representación legal de otras personas jurídicas, en alguno de los supuestos de la Ley de Incompatibilidades de los Miembros del Gobierno de la Nación y de los Altos Cargos de la AGE, de la Ley de Incompatibilidades del Personal al Servicio de las AAPP, o tratarse de los cargos electivos regulados en la Ley del Régimen Electoral General, así como en los regulados en la Ley 11/2003, de 25 de septiembre, del gobierno y el consejo consultivo de Castilla La Mancha.
- No hallarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o frente a la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes.
- No hallarse al corriente de pago de obligaciones por reintegro de subvenciones.
- Tener la residencia fiscal en un país calificado reglamentariamente como paraíso fiscal.
- Haber sido sancionado mediante resolución firme con la pérdida de la posibilidad de obtener subvenciones según la Ley General de Subvenciones o la Ley General Tributaria.
- No estar incurso la Asociación en ninguna de las causas de prohibición previstas en los apartados 5 y 6 del art. 4 de la Ley Orgánica Reguladora del Derecho de Asociación.
- No encontrarse suspendida en el procedimiento administrativo de inscripción por encontrarse indicios racionales de ilicitud penal, en aplicación del art. 30.4 de la Ley Orgánica Reguladora del Derecho de Asociación, en tanto no recaiga resolución firme judicial en cuya virtud pueda practicarse la inscripción en el correspondiente registro.

#### **Base 5: Obligaciones de los Beneficiarios**

Los beneficiarios de las subvenciones asumirán las siguientes obligaciones:

1. Realizar las actividades que fundamentan la concesión de la subvención.
2. Justificar la subvención conforme a lo dispuesto en la base decimoséptima.

3. Comunicar al Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha la obtención de subvenciones o ayudas para la misma finalidad, procedentes de otras Administraciones o Entes públicos o privados, nacionales o internacionales. Someterse a las actuaciones de comprobación que efectúe el Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha y a las de control financiero que correspondan a la Intervención General de la Junta de Comunidades.
4. Hacer constar destacadamente, en el desarrollo de las actividades objeto de esta convocatoria, la colaboración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a través del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha. A tal efecto se utilizará el modelo de identidad gráfica corporativa que figura como Anexo VI a esta Orden. En caso de que dichas medidas no sean adoptadas se actuará de acuerdo a lo previsto en el art.31.3 del Reglamento General de Subvenciones.
5. Facilitar la fiscalización por la Sindicatura de Cuentas de Castilla-La Mancha de las subvenciones recibidas, conforme a lo dispuesto en el artículo 56 del Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Sindicatura de Cuentas de Castilla-La Mancha.
6. Toda alteración de las condiciones tenidas en cuenta para la concesión de la subvención, y en todo caso la obtención concurrente de subvenciones o ayudas otorgadas por otras Administraciones o Entes públicos o privados, nacionales o internacionales, que no hayan sido comunicadas, podrá dar lugar a la apertura de expediente para la modificación o anulación de la resolución de concesión.
7. Las demás previstas en la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha, en el Decreto 21/2008, de 5 de febrero, de desarrollo del texto refundido de la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha en materia de subvenciones, en la Ley 9/2006 de 21 de diciembre, de modificación del texto refundido de la Ley de Hacienda de Castilla La Mancha, y en el art. 14 de la Ley General de Subvenciones, Ley 38/2003, de 17 de noviembre.

#### **Base 6: Actividades y proyectos subvencionables.**

1. Aspectos generales:
  - a) Las actividades y proyectos financiables por la presente convocatoria lo serán a petición y programados por los beneficiarios, que concurren con las líneas de actuación que el Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha tiene previstas en esta área.

b) Podrán ser subvencionados los proyectos y las actividades que se desarrollen durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre del año 2010.

2. Actividades y proyectos subvencionables:

a) Actividades informativas y divulgativas a través de campañas de sensibilización para un consumo responsable.

b) Actividades formativas y educativas (jornadas, seminarios, cursos, material didáctico, etc.).

c) Promoción de la comercialización de productos (exposiciones, degustaciones, tiendas y centro de comercio justo, ferias, rincones solidarios, etc.).

d) Otras actividades que concurren en la consecución de los objetivos fijados en la base primera, punto 1.

**Base 7. Subcontratación y gastos subvencionables.**

1. Aquellas actividades objeto de subvención para las que los beneficiarios no dispongan de medios propios suficientes para su realización podrán ser subcontratadas totalmente.

Cuando la actividad concertada con terceros exceda del 20 % del importe de la subvención y dicho importe sea superior a 60.000 €, la subcontratación estará sometida al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Que el contrato se realice por escrito.
- Que la celebración del mismo se autorice previamente por la entidad concedente de la subvención.

No podrá fraccionarse un contrato con el objeto de disminuir la cuantía del mismo y eludir el cumplimiento de los requisitos mencionados anteriormente. Los contratistas quedarán obligados sólo ante el beneficiario, que asumirá la total responsabilidad de la ejecución de la actividad subvencionada frente a la Administración.

2. Cuando el importe del gasto subvencionable sea igual o superior a la cuantía de 12.000 € IVA incluido en el supuesto de prestación de servicios por empresas de consultoría o asistencia técnica, el beneficiario deberá solicitar como mínimo 3 ofertas de diferentes

proveedores, con carácter previo a la contratación del compromiso para la prestación del Servicio o las entregas de bienes no inventariables, salvo que por las especiales características de los gastos subvencionables no exista en el mercado suficiente número de entidades que lo suministren o presten, o salvo que el gasto se hubiera realizado con anterioridad a la solicitud de la subvención.

La elección entre las ofertas presentadas, que deberán aportarse en la justificación, o, en su caso, en la solicitud de la subvención, se realizará conforme a criterios de eficiencia y economía, debiendo justificarse expresamente en una memoria cuando la elección no recaiga en la propuesta económica más ventajosa.

### **3. Gastos subvencionables:**

- a) Los gastos corrientes tales como material de oficina y aquellos derivados del funcionamiento de las actividades que realicen (edición de soportes divulgativos, docencia, difusión, adquisición de equipos y recursos necesarios, etc.).
- b) Los gastos corrientes derivados de la organización y coordinación de las actividades informativas, formativas y educativas en materia de comercio justo y economía solidaria.
- c) Gastos derivados de la asignación de personal responsable del diseño, seguimiento y evaluación de los programas previstos.
- d) Los gastos de personal, junto con las indemnizaciones que se pudieran ocasionar con motivo del objeto de la subvención, no podrá superar el 50 % del total de la cuantía de la subvención.
- e) Los costes indirectos de la actividad subvencionada en ningún caso podrán superar el 3 % de la totalidad..../...

### **Base 9: Instancias, plazo y lugar de presentación**

1. Los participantes en la convocatoria deberán presentar solicitud según el modelo que figura en el Anexo I de esta Orden. Según el punto 2 del art.24 del decreto 21/2008, de 5 de febrero, las solicitudes podrán presentarse por cualquiera de los siguientes medios:
  - a) En los Registros Generales de las Delegaciones Provinciales de la Consejería de Salud y Bienestar Social, donde radique la sede del solicitante, o en cualquier otro registro previsto en el artículo 38 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

- b) Mediante fax, al número 925226206
- c) Mediante llamada al teléfono 012
- d) Mediante el envío telemático de los datos a través del formulario incluido en la web institucional de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha:  
<http://sacm.jccm.es/siaci/descripcion.asp?CodigoServicio=SIQ1>

2. El plazo de presentación de solicitudes será desde el día siguiente a la publicación de la presente Orden en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha hasta el 20 de enero de 2010 inclusive. No serán admitidas a trámite aquellas presentadas fuera de dicho plazo, resolviéndose su inadmisión que deberá ser notificada a los interesados..../...

### **Base 12: Criterios de valoración de solicitudes**

La adjudicación de las subvenciones se realizará según los siguientes criterios, que se valorarán sobre una puntuación máxima de 100 puntos:

1. Carga Laboral del solicitante para el desarrollo del proyecto (hasta 10 puntos).
2. La adecuación, complementariedad y congruencia del proyecto solicitado, respecto a las líneas de actuación establecidas por el Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha. (Hasta 30 puntos).
3. El ámbito del Proyecto o Proyectos para los que se solicita la subvención, especificando, en su caso, el número de personas usuarias o beneficiarias de los mismos. (Hasta 30 puntos).
4. Realización por parte de la Asociación o la Entidad de Actividades informativas y divulgativas (hasta 10 puntos).
5. Realización por parte de la Asociación o la Entidad de Actividades formativas y educativas (Hasta 10 puntos).
6. Realización de actividades de promoción de la comercialización de productos (hasta 10 puntos).

Para completar la información relativa a la asistencia técnica y financiera que presta el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, y en concreto, en lo que supone de fomento de estructuras y recursos, se considera ilustrativo conocer el mapa de las organizaciones y proyectos a que ha dado lugar

durante este período, dibujado con los datos proporcionados por las respectivas organizaciones en la información presentada en sus proyectos.

### **AMIGOS DEL TERCER MUNDO (CARITAS)- VILLARROBLEDO**

Cáritas Interparroquial viene prestando un servicio continuado desde finales de los años '70, con el fin de difundir el espíritu de caridad cristiana y justicia social ante los problemas que plantea la ciudad de Villarrobledo.

Surge con la finalidad de animar, participar, promover y fomentar iniciativas tanto privada como públicas, cooperar con los organismos e instituciones locales y provinciales de acción social; en definitiva, con el fin de ayudar al bien común siguiendo los criterios establecidos por Cáritas Diocesana de Albacete y Cáritas Española.

En el ámbito de la cooperación internacional, y a través de Amigos del Tercer Mundo mantienen varios proyectos en Guatemala, Costa de Marfil y Honduras (proyecto educativo).

Proyectos más destacables:

Sensibilización, formación y mantenimiento del quiosco de comercio justo "El Abuelo" (2008)



### **ASOCIACIÓN PARA LA COOPERACIÓN CON EL SUR – LAS SEGOVIAS ACSUR**

El origen de ACSUR-LAS SEGOVIAS se remonta al año 1986 cuando realizan su primer proyecto en la región de Las Segovias en Nicaragua.

Los objetivos de ACSUR son:

- La lucha contra la pobreza y por un desarrollo humano sostenible.

- La transformación política de los procesos de globalización hacia modelos más justos, equitativos y democráticos, basados en la cooperación pacífica entre los pueblos.
- El empoderamiento de las comunidades y colectivos desfavorecidos, a través de la defensa y promoción de los derechos humanos, económicos, sociales y culturales de mujeres y hombres.
- El fortalecimiento y apoyo a redes y movimientos sociales y populares en el Norte y en el Sur, para promover una ciudadanía participativa y solidaria.
- El impulso de estrategias orientadas a la eliminación del modelo de visión y división del mundo androcéntrico, etnocéntrico y patriarcal, y el reconocimiento de la pluralidad de identidades, en el marco de la promoción de la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres.
- La preservación del medio ambiente.
- La cultura de paz.

Entre sus señas de identidad se encuentran las de ser:

- Internacionalista. Entienden la solidaridad como una relación entre iguales, no entre “donantes” y “beneficiarios” y la cooperación como un deber del Norte hacia el Sur, como parte de la reparación por los males causados por el colonialismo y la dependencia.
- Ciudadana. Su objetivo es activar a la ciudadanía para que participe en la cooperación desde valores progresistas y laicos, para la transformación social y no para el asistencialismo, por razones de derechos, de solidaridad y de dignidad.
- Participativa. Buscan acordar decisiones comunes que orienten la vida de la asociación por procedimientos democráticos.
- Política. Dicen “hacer política” desde la independencia de partidos, sindicatos o cualquier otra instancia que no sean sus socias y socios. Creen que la eficacia de la acción solidaria exige tomar posición sobre todos los acontecimientos que afectan a las relaciones entre el Norte y el Sur.
- Feminista. Porque la igualdad entre hombres y mujeres es un valor fundamental para ACSUR y su práctica busca ser coherente con él. Las mujeres de ACSUR tienen una organización específica: ACSURAS,

desde la cual promueven valores e iniciativas feministas del conjunto de la asociación. A su vez, las y los jóvenes se organizan en ACSUR-Juventud.

Forman parte, entre otras redes internacionales, del Grupo Sur, Eurostep, Red Euromed de Derechos Humanos... Así quieren construir un proyecto solidario compartido, basado en el aprendizaje y el apoyo mutuo, que construya tejido social solidario.

Por tanto, ACSUR-LAS SEGOVIAS es una organización ciudadana, pluralista y laica, comprometida con una acción de transformación social para construir un modelo de desarrollo equitativo, sostenible y democrático a escala global para hombres y mujeres. Pretenden contribuir al desarrollo de la conciencia crítica de la ciudadanía, acompañando procesos de participación democrática y organización social, desde la perspectiva y el ámbito de la solidaridad y la cooperación internacional.

Tienen en curso más de 100 proyectos de cooperación y más de 50 de educación para la solidaridad y comunicación alternativa. Trabajan en Argentina, Bolivia, Brasil, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Marruecos, México, Nicaragua, Palestina, Panamá, Perú, República Árabe Saharaui Democrática, República Dominicana y en España, además de realizar programas regionales en el Mediterráneo y Centroamérica.

Sus sectores prioritarios se corresponden con necesidades sociales y con el fortalecimiento de las organizaciones de base: soberanía alimentaria; economía solidaria; protección del medio ambiente; habitat sostenible; saneamiento; desarrollo comunitario; apoyo a los pueblos indígenas; migraciones; democracia participativa; defensa de los derechos humanos; organización y formación dirigida a jóvenes; promoción de los derechos de las mujeres y potenciación de su papel en las comunidades y, en general, en la economía y la política; turismo solidario; educación; sensibilización; comunicación, etc.

Proyectos destacables:

Campaña de sensibilización y formación para jóvenes sobre consumo responsable: "Hay opciones" (2009).



## **ASGECO-UNCCUE CASTILLA LA MANCHA**

La Unión Nacional de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España UNCCUE, se constituye el 23 de mayo de 1945 teniendo como objeto el desarrollo de la totalidad de fines que conforman del cooperativismo de consumo, primera forma reconocida por ley de asociacionismo de consumidores perfectamente estructurada y vertebrada que se crea en todo el mundo.

La representación, información, formación y defensa de los consumidores, el fomento del cooperativismo y la protección del Medio Ambiente, constituyen objetivos fundamentales para UNCCUE. En 1982, se constituye la Asociación General de Consumidores ASGECO. Ahora, ASGECO es una confederación de asociaciones de consumidores y UNCCUE un socio más de la Confederación.

En la actualidad, UNCCUE tiene presencia en 41 provincias y 15 autonomías, dedicando sus servicios y asociando a más de 250 cooperativas de consumidores y usuarios, agrupando más de 300.000 socios.

Desarrolla, entre otras, las siguientes acciones:

<http://www.consumidores.coop/coo-ampactualidad.php?id=>• Programas de formación de Gerentes en temas específicos

Programas de formación de los cuadros de dirección de las cooperativas, así como de sus socios en temas relacionados con las actividades que desarrolla la UNCCUE en tanto como Unión de Cooperativas que como Asociación de Consumidores, es decir: cooperativismo, consumo, servicios, defensa de los derechos de los consumidores, defensa del medio ambiente, etc.

- Programas de Integración Cooperativa
- Proyectos de Integración en el ámbito de la Distribución
- Proyectos de Calidad Total

### **Proyectos específicos:**

- Proyectos que contribuyen a mejorar la posición de los consumidores en el Mercado Único Europeo

- Proyectos que conlleven una mayor integración de la política de consumo en otras políticas concurrentes
- Proyectos que potencien el Sistema Arbitral de Consumo
- Proyectos que por su interés social sean dirigidos a colectivos específicos de consumidores que por su situación especial requieran una atención diferenciada
- Proyectos dirigidos a fomentar la participación como miembros de consulta y participación en el ámbito nacional e internacional y su incorporación a movimientos asociativos supranacionales
- Campañas de diversa índole, entre las que cabe destacar: Campaña de recogida de pilas, Campaña de papel reciclado, Campaña de envases y embalajes, etc.
- La responsabilidad social de la Empresa Cooperativas.

**Proyectos destacables:**

Edición de soporte divulgativo “Comercio Justo” (2004).

- Programas anuales relativos a la introducción del comercio justo y la economía solidaria en las cooperativas de consumidores y usuarios de Castilla-La Mancha.
- Proyectos realizados con la fundación Antonio Núñez Jiménez de la naturaleza y el hombre de Cuba (2007-2009).
- Proyecto realizado con la fundación F.E.D.A., de Ecuador, para el estudio de factibilidad y viabilidad económica para la implantación de una fundación para la defensa de consumidores y usuarios (2007).
- Proyecto “Por un comercio justo Ecuador-España”, realizado con F.E.D.A. (Ecuador) (2009).

- Productos que contienen las cestas:
- Café natural y mezcla de África y Centroamérica,
  - Café de Cuba variedad arábica,
  - Licor de Té, procedente de Perú
  - Panela (azúcar de caña) de Ecuador,
  - Té de Sri Lanka de frutas del bosque,
  - Galletas de Comercio Justo de panela, cacao y anacardos,
  - Cacao soluble de Ghana,
  - Barritas de sésamo, (energéticas).
  - Agenda de Comercio Justo 2009.

**Criterios del Comercio Alternativo:**

- Salarios y precios dignos para los trabajadores.
- No explotación laboral.
- Igualdad entre mujeres y hombres.
- No explotación infantil.
- Funcionamiento democrático.
- Pago por adelantado al productor (al menos el 50%).
- Respeto al Medio Ambiente.
- Productos de Calidad.
- Desarrollo de proyectos sociales de los productores.
- Relaciones a largo plazo.



## COPADE

ONGD que desarrolla proyectos de desarrollo en el ámbito del Comercio Justo. Sus beneficiarios directos son los artesanos/as, campesinos/as y profesionales que trabajan en actividades productivas de diversos rubros, de países pobres y con pocos recursos.

COPADE se encarga de verificar que estos artesanos trabajan en condiciones de Comercio Justo, les capacita, les asesora en diseños, les facilita el acceso a préstamos a través de microcréditos y por último les compra la mercancía terminada para importarla a España y distribuirla.

También trabaja con sectores especialmente desfavorecidos, como indígenas, jóvenes, mujeres y discapacitados y trata de fijar unas bases sólidas para una comercialización a largo plazo de sus beneficiarios/as tanto a nivel local como internacional

### Proyectos más destacables:

- Sensibilización sobre consumo responsable a través de la campaña Madera Justa (2009).

**copade**  
comercio para el desarrollo  
www.copade.org

Decide Justo ahora

¿Qué es el Comercio Justo?  
El Comercio Justo es cooperación comercial con pequeños productores de países en vías de desarrollo basada en valores de transparencia, equidad, y justicia social y ambiental.

**Principios del Comercio Justo**

- Desarrollo comunitario y comercial de pequeños productores.
- Transparencia y gestión democrática.
- Pre-financiación, relación comercial equitativa y a largo plazo.
- Condiciones comerciales y precio justos.
- No a la explotación laboral infantil.
- Equidad de género.
- Condiciones laborales dignas.
- Asistencia a grupos productores marginados.
- Información y sensibilización.
- Producción sostenible y respeto al medioambiente.

(Consenso internacional de principios del Comercio Justo de la World Fair Trade Organization WFTO)

Colabora con nosotros:  
hazte socio/a o voluntario/a.  
info@copade.org · www.copade.org

Castilla-La Mancha

## COPRODELI

COPRODELI - Fundación para la comunicación, la promoción, el desarrollo y la liberación- es una ONG de inspiración cristiana que trabaja desde 1989 para contribuir al desarrollo integral de los sectores urbano-marginales de Lima y el Perú. Creada por el sacerdote español Miguel Ranera, la ONG ha concentrado sus acciones principalmente en el área del Callao, en el puerto limeño, donde atiende a población en situación de extrema pobreza y exclusión social que no puede cubrir sus necesidades básicas.

Su estrategia de actuación se resume en la actuación en situaciones de crisis humanitarias; concentración en un área geográfica; globalidad de la incidencia en los sectores de la vivienda, empleo, educación, salud, promoción social; y compromisos con la población a largo plazo.

COPRODELI España se conforma como asociación en 1990, constituyéndose en 1998 como Fundación. Trabaja conjuntamente con COPRODELI USA para apoyar financiera y humanamente a COPRODELI Perú.

### **Proyectos destacables:**

- Aumentar los hábitos de consumo de la población castellano-manchega de productos de comercio justo (2007).
- Difundir el comercio justo en Castilla-La Mancha (2009).



### **CU-CO**

La Asociación Pro-Cultura y Cooperación al Desarrollo –CUCO- nace en el año 1989 como entidad juvenil asesorando y potenciando la participación de los jóvenes en la vida social. Durante sus primeros 11 años los asociados fueron evolucionando hacia un desarrollo más integral y por ello en el año 2000 se ampliaron los fines creándose las áreas de: Juventud, Medio Ambiente y Consumo Responsable; Cooperación al Desarrollo con Terceros Países y Núcleos de Población del Cuarto Mundo; Mujer; Cultura y Ocio.

Dentro del Área de Cooperación al Desarrollo los proyectos se enfocan a apoyar colectivos organizados en los países del Sur para su Desarrollo Económico Sostenible. Bajo el principio fundamental de la pertinencia, cuando contactan con entidades locales de desarrollo en los países del Sur, visitan la zona e identifican con la población beneficiaria las necesidades que tienen.

Estos viajes de identificación de proyectos los hacen voluntarios expertos de CUCO. Al regresar de estos viajes, el equipo de Cooperación al Desarrollo, también compuesto por voluntarios, se reúne para iniciar la fase de formulación del proyecto. Aquí se presentan los proyectos a diversas entidades para solicitar la financiación de los mismos.

En los proyectos que realizan el apoyo lo prestan desde la capacitación en igualdad, la capacitación en un oficio, la capacitación en emprendimiento y

trabajo en equipo, y el apoyo y seguimiento en la creación de Empresas Cooperativas o de Economía Social.

También cuentan con proyectos de desarrollo comunitario y fortalecimiento institucional como los de apoyo en la creación de entidades locales sin ánimo de lucro en los países del Sur y de educación en valores con la infancia y juventud de las comunidades beneficiarias.

Trabajan, principalmente, en Latinoamérica: Guatemala (apoyando sobre todo la creación de empresas cooperativas de mujeres indígenas y del ámbito rural), Argentina (creando empresas cooperativas con los colectivos de mujeres, jóvenes en situación de riesgo y dando apoyo económico y educación no formal a la infancia en hogares y comedores infantiles), Paraguay (creación de empresas cooperativas de mujeres del ámbito rural y en las áreas degradadas de la capital, y también con las instituciones juveniles), Cuba (proyectos de agricultura ecológica). También colaboran con otras entidades para la realización de proyectos en Mauritania, Senegal y Togo.

#### **Proyectos destacables:**

- Feria del comercio Justo en la Torre Estebán de Hambrán (Toledo) y la comarca de la Alcarria (Guadalajara y Cuenca) (2009).



#### **DIDESUR**

Dignidad y Desarrollo para el Sur es una Organización no Gubernamental de Desarrollo (ONGD) constituida a finales de 1997 en Azuqueca de Henares (Guadalajara), compuesta en su totalidad por voluntarios de la localidad y otros municipios del Corredor del Henares.

A su vez, Didesur forma parte de la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha y ha ampliado su espectro de actuación

a otros ámbitos de la economía solidaria, más allá del comercio justo, como son la agroecología y los grupos de autoconsumo.

Cuenta con un Centro de Comercio Justo para la realización de actividades de información y sensibilización sobre el comercio justo y la comercialización de sus productos.

### Proyectos más destacables:

- Apoyo integral al Comercio Justo, el Consumo responsable y la Economía Solidaria en la provincia de Guadalajara (2004-2009).

### Cómo practicar un Consumo Responsable

#### EN TU ASOCIACIÓN

**➡ Apuesta por el Comercio Justo:** El Comercio Justo es un modo de relación comercial que pone a las personas y al medioambiente por delante del beneficio económico. Tu asociación puede contar con un **"rincón solidario"** en el que podáis adquirir productos de Comercio Justo que DiDeSUR os dejará en depósito.

**➡ Crea una red de consumidores:** Organízase para practicar un consumo crítico y responsable es la mejor forma de hacer frente a las injustas relaciones comerciales actuales. Crear una **red de consumidores** en tu asociación es muy fácil:

- 1.- Elaborad un listado de personas interesadas.
- 2.- Reuníos para establecer la periodicidad con la que realizaréis los pedidos (una vez al mes, una vez al trimestre, etc) y repartid entre los interesados las hojas de productos ecológicos y de Comercio Justo que os hará llegar DiDeSUR (pastas, aceite, café, té, chocolate, galletas, etc.).
- 3.- Nombrad un representante (puede ser rotatorio) que recopile los pedidos de todos los miembros de la Red de consumidores y los haga llegar a DiDeSUR.
- 4.- Repartid los productos que DiDeSUR llevará hasta vuestra sede entre quienes hayan realizado pedido.

## CONSUMO RESPONSABLE

### un reto de todos

Cada vez que realizamos una compra nos relacionamos con el resto del planeta. Si compramos solo aquello que de verdad necesitamos, consumimos productos de temporada y de nuestro entorno más cercano, renunciamos al sobreempleado, optamos por el Comercio Justo y consumimos de manera responsable agua y energía, estaremos construyendo un mundo mejor para todos y todas.

**Como consumidores, tenemos la última palabra**





CENTRO DE COMERCIO JUSTO  
FUNDACIÓN  
C/ Ciudad Real, 1 - 03100 - Fuenlabrada  
19000 - Asociación de Henares



# DiDeSUR

## Dignidad y Desarrollo para el SUR

ÚNETE Y SEGUIREMOS HACIENDO RUIDO...

...para cambiar el mundo.



## **ECOARTESANOS ORG**

El acta de constitución de la asociación Ecoartesanos se firmó el día 4 de junio de 2007, por reconocidos artesanos y profesionales interesados en divulgar los Oficios Artesanos entre las distintas culturas del planeta. Los fines de la Asociación Ecoartesanos son apoyar y prestar asesoramiento técnico profesional y de servicios a determinadas iniciativas de otras instituciones y colectivos.

Las iniciativas referidas tienen por finalidad promover proyectos de desarrollo social, mediante la ayuda a colectivos y/o personas marginados o desfavorecidos por causas como, por ejemplo, la pobreza, enfermedad, drogodependencia, edad, sexo, situación legal, situación penal, prostitución o analfabetismo, sin perjuicio de su lugar de residencia.

En cumplimiento de sus fines, la asociación se propone:

1. Desarrollar mecanismos que pongan en contacto a profesionales voluntarios con personas físicas o jurídicas que necesiten de sus conocimientos.
2. Apoyar a otras entidades en sus labores orientadas al beneficio de colectivos marginados.
3. Apoyar iniciativas de colectividades desfavorecidas conducentes a la mejora de sus condiciones y posibilidades.
4. Usar Internet y otros medios para facilitar información, que sirva para la toma de conciencia de la realidad social en que viven personas desfavorecidas, así como para difundir valores tales como la solidaridad, la justicia social y el respeto entre los hombres.
5. Facilitar formación y capacitación para el voluntariado mediante documentación, charlas y cursos.
6. Promover y desarrollar cualquier tipo de proyecto vinculado a sus objetivos.
7. Cualquier otra actividad lícita orientada al beneficio de personas de los colectivos indicados.

### **Proyectos más destacables:**

Economía solidaria: Ecoartesanos.org (2009).



## FIDE

La Fundación Iberoamericana para el Desarrollo-FIDE, es una ONGD española constituida en 1991 sin fines de lucro, autónoma y no confesional, que trabaja en la extensión del desarrollo a todos los hombres y mujeres y a todos los pueblos sin importar su raza, religión, procedencia, ideología o sexo, combatiendo la pobreza y la injusticia, especialmente en América Latina y España.

La misión que se ha fijado la Fundación es la erradicación de la pobreza, promoviendo el desarrollo desde abajo y desde adentro, que toma la opción de las mayorías favoreciendo su inclusión educativa, económica y social, con el apoyo a los emprendedores, las microempresas y los microcréditos, para el logro de los derechos humanos, sociales, culturales y económicos de todas las personas y de todos los pueblos.

## Proyectos más destacables:

- Formación en Comercio Justo para asociaciones juveniles castellano-manchegas (2006).
- Calidad con dignidad (I-III Fase) (2007-2009).



## FUNDACIÓN ECONOMISTAS SIN FRONTERAS

Economistas sin Fronteras (EsF) es una Organización no Gubernamental de Desarrollo fundada en 1997 por un grupo de profesores y catedráticos universitarios, activamente comprometidos y preocupados por la desigualdad y la pobreza. Su objetivo principal es contribuir a generar cambios en las estructuras económicas y sociales que permitan que sean justas y solidarias, en España y en los países en desarrollo.

Sus fines son la realización de programas y proyectos para contribuir al desarrollo de zonas y sectores de la población especialmente vulnerables, tanto en España como en los países del Sur; el fomento de una nueva cultura económica a través de la promoción de la responsabilidad social corporativa y las inversiones socialmente responsables; y la realización de acciones de sensibilización y educación para el desarrollo de la sociedad civil.

### Proyectos más destacables:

- Inversión socialmente responsable y economía solidaria: sensibilización y fomento en C-LM (2007).
- Por un comercio más justo: Fiesta del consumo responsable en los pueblos negros de la sierra norte de Guadalajara (2009).



### IDEAS, SCA. Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria

IDEAS es una organización de Comercio Justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

Desde hace más de veinte años IDEAS es la primera entidad española que desarrolla el Comercio Justo con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios.

IDEAS reconoce el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas,

garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, IDEAS potencia la capacidad crítica de los ciudadanos/as, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente.

La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de Consumo Responsable y Economía Solidaria.

Entre estas acciones, cabe destacar a IDEAS como la coordinadora estatal de los programas europeos Public Affairs/Compra Pública Ética (CPE), Compra Empresarial Responsable (CER) -cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones, facilitando así su participación como agentes de desarrollo-, y también del programa Ciudades por el Comercio Justo, que busca la participación de todos los actores públicos, privados y sociales en el fomento del Comercio Justo.

IDEAS también ofrece una herramienta de análisis de conducta empresarial mediante la difusión pública de las investigaciones sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el Observatorio para un Comercio Justo (antes Observatorio de Corporaciones Transnacionales).

IDEAS es una Cooperativa sin ánimo de lucro, reconocida de Interés Social por su actividad solidaria y que está inscrita como ONGD en la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). IDEAS es miembro de IFAT (Organización Mundial de Comercio Justo); socio de EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo); miembro fundador de la CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo); socio fundador de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria) y miembro fundador de RUFAS (Red de Útiles Financieros Alternativos).

La organización, a su vez, participa desde sus inicios en el Foro Social Mundial, formando parte activa de las Redes Promotoras de Economía Solidaria, representando a IFAT y a varias redes de Economía Solidaria en su Consejo Internacional.

#### **Proyectos destacables:**

- Gestión de la organización de las distintas Ferias de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha.

- Ciudades Justas en Castilla-La Mancha: logrando el compromiso comunitario a favor del comercio justo (2007).
- Sinergias entre el desarrollo sostenible ambiental y social. Fomento de los criterios bio y justo en el consumo responsable (2007).
- Ciudades y universidades por el comercio justo en Castilla-La Mancha (2009).

## COMERCIO JUSTO

El día 17 de julio de 2002, el Consejero de Sanidad y el Director General de Consumo se desplazaron a Cuenca, al objeto de proceder a la firma de un "CONVENIO ENTRE LA CONSEJERÍA DE SANIDAD DE LA JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA E IDEAS (INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO DE ECONOMÍAS ALTERNATIVAS Y SOLIDARIAS)". Por parte de IDEAS/TIENDAS DE LA SOLIDARIDAD, firmó el Convenio D<sup>a</sup>. Carola Reintjes, Presidenta de la Organización.

El objeto del Convenio es promover programas de Comercio Justo y Economía Solidaria, a través de diversas actividades, entre las que se encuentran:

- Feria Internacional de Comercio Justo.
- Campañas de promoción tales como "Café con sabor a dignidad", "Balones hechos con dignidad" o "Materiales didácticos para Primaria".
- Campañas de sensibilización mediante edición



**RESEÑAS DE CONSUMO**

de materiales didácticos y actividades de formación.

- Actividades de difusión en medios de comunicación.
- Actividades encaminadas a la detección y denuncia de prácticas comerciales contrarias al consumo ético.
- Actividades orientadas a dotar al consumo responsable de un marco de acción más amplio ( banca ética, agricultura biológica, etc.).

## INTERMÓN OXFAM

Intermón Oxfam se autodefinen como personas que luchan con y para las poblaciones desfavorecidas y como parte de un amplio movimiento global, con el objetivo de erradicar la injusticia y la pobreza, y para lograr que todos los seres humanos puedan ejercer plenamente sus derechos y disfrutar de una vida digna.

Como organización, dicen refrendar la apuesta por las personas y la coherencia entre acción y compromiso ético como los ejes básicos que orientan su desarrollo y crecimiento. Y entienden que hacen una contribución tanto más valiosa para construir un mundo más justo si logran:

- Ofrecer una respuesta integral al reto de la pobreza, trabajando de forma cohesionada en los cuatro ámbitos que constituyen sus señas de identidad: cooperación para el desarrollo, acción humanitaria, comercio justo, movilización social y campañas y educación en valores. Entienden, también, que sólo conectando lo local con lo global a través de esta visión integradora se pueden generar cambios efectivos que garanticen los derechos básicos de las personas.
- Contribuir, de manera significativa, al movimiento global por la justicia social, como miembros activos de Oxfam Internacional capaces de hacer aportaciones al desarrollo de la confederación y de contribuir desde ella a impulsar iniciativas transformadoras por la justicia y contra la pobreza.
- Integrar la diversidad de voces y aportaciones de quienes forman Intermon Oxfam y de aquellos con quienes trabajan. Para ello, se dotan de mecanismos de participación tanto del equipo operativo estable como de la base social que les apoya.
- Su reflexión y su acción integran de forma eficaz la voz de los destinatarios de sus programas y de sus aliados. Dan especial prioridad a lograr —interna y externamente— la equidad de género, porque entienden que la participación social y política de las mujeres es una exigencia inexcusable de cualquier estrategia contra la pobreza.
- Avanzar en la calidad de los programas, potenciando la profesionalidad y siendo una organización cada día más eficaz y eficiente, bien gestionada, orientada a resultados, y transparente. Apuestan por ser una organización responsable, flexible, capaz de aportar innovaciones y de integrar nuevos aprendizajes, y comprometida con rendir cuentas a la sociedad.
- Trabajar con rigor y pasión, generando entusiasmo por la misión, para que las propuestas puedan ser un referente para un número cada día mayor de personas. Quieren incrementar su capacidad de influencia social y política para hacer de ella un instrumento que les ayude a actuar de manera efectiva como motor de cambio. Todo ello porque se sienten solidarios y les indigna la pobreza y la injusticia.

### **Proyectos destacables:**

- Comercio justo y economía solidaria en materia de consumo (2004).
- Campaña de sensibilización y promoción del Comercio Justo en Castilla-La Mancha: por el derecho de las personas a unos medios de vida sostenibles (2006).

- Campaña de sensibilización por un Comercio Justo y un Consumo Responsable en Castilla-La Mancha (2007).
- Promoción comercio justo, profundización en la formación de voluntarios en materia de comercio justo y expansión de tiendas en Castilla-La Mancha (2008).
- De consumidor a consumActor: el Comercio Justo como herramienta de cambio (2009).

**ESTA EN TUS MANOS**

Pedir la venta de productos de comercio justo  
EN TU PUNTO DE COMPRA

INFÓRMARTE sobre los productos que compras

Ser un **CONSUMIDOR RESPONSABLE**  
(Compra comercio justo en nuestras tiendas y supermercados)  
Tienes una gran variedad de productos: alimentación, artesanía, textil, cosméticos...

**TÚ LO HACES POSIBLE**

Visita tu tienda de comercio justo  
Plaza Amador de los Ríos, 4 Toledo  
Plaza Capitán Boreana Rivera, 60 Guadalajara

902 330 331  
www.intermonoxfam.org

Intermón  
Oxfam

**LA LUCHA CONTRA LA**

**POBREZA**

ESTÁ EN TUS MANOS

CON TU COMPRA DE

**COMERCIO JUSTO**

**TÚ LO HACES POSIBLE**

www.intermonoxfam.org 902 330 331

Intermón  
Oxfam

## RED DE COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE DE CASTILLA-LA MANCHA

La Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha surge en 2001 fruto de una necesidad de coordinación y refuerzo mutuo detectada por las propias organizaciones, así como de la oportunidad de colaboración con la propia administración regional a través de la Dirección General de Consumo, hoy extinta tras la creación del Instituto de Consumo de Castilla La Mancha.

La Red comprende el trabajo conjunto y coordinado en el ámbito regional de seis organizaciones de Castilla-La Mancha, gozando éstas de autonomía plena en los ámbitos local y provincial (Consumo Respeto- DiDeSUR-Jayma -Tienda Pachamama- Romero, Centro y Organización de Comercio Justo- Comercio Justo y Ecológico).

Sus objetivos parten de ejes como: la sostenibilidad social y ambiental; el respeto y la igualdad en derechos humanos; la extensión de los derechos ambientales; la erradicación de la pobreza en los países del Sur y en los colectivos marginales y con especiales dificultades en el Norte; la educación en valores a través de un consumo crítico y solidario; la extensión de la economía social y solidaria; la construcción de otro mundo posible a través de opciones de consumo verdaderamente transformadoras o la incidencia a través del consumo y la economía solidaria en la paliación y abordaje de actuaciones relativas al cambio climático.

### Proyectos más destacables:

- VI Programa Integral de Comercio Justo y Economía Solidaria en Castilla La Mancha (2004-2009).
- Actividades de Comunicación (Revista “Justamente”, web y boletines informativos) (2008).

**CRITERIOS DE COMERCIO JUSTO**

- No a la explotación infantil.
- Salarios y condiciones de trabajo dignos y capacitación de los productores y productoras.
- Relaciones laborales igualitarias hombre - mujer.
- Respeto al medioambiente y fomento de la agricultura ecológica y del reciclaje.
- Los productores/as destinan parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades.
- Funcionamiento democrático de las microempresas y cooperativas productoras.
- Fomento de una banca alternativa para que haya independencia financiera a largo plazo.
- Productos de calidad, naturales y que respeten las culturas.
- Información a los ciudadanos de los productos y sus productores.

**GRUPO DE COMERCIO JUSTO**

**ATENCIÓN:**

**INFORMACIÓN-URFAM** c/ CARBONERAS, 7  
45001 TOLEDO ☎ 925 210342  
e-mail: ctoledo@urforum.org web: www.urforum.org

**JAJIMA** c/ DELIA, 3  
13700 TORNELLOS ☎ 619 104270

**KHAM - KHAM** c/ CARMEN Nº 8  
45000 TALAVERA DE LA REINA ☎ 925 00 49 90

**OSCAR ROMERO** c/ ANDRÓMACA, 7  
02004 ALBACETE ☎ 967 220093  
e-mail: con-fundora.albacete@urforum.org

**ORGANIZACIONES:**

**CECO** Confederación de Consumidores y Usuarios  
☎ 900 33 22 87 e-mail: cecoco@urforum.org

**CONSUMO RESPETO** ☎ 900 70 2763  
e-mail: urforum@urforum.org

**BIOSUR** ☎ 907 50 10 24  
fax: 900 20 10 30  
e-mail: biosur@urforum.org

**EDUCACIÓN** ☎ 900 800001  
e-mail: pobra.carlos.moreno@urforum.org

**FIDE** Fundación Interamericana para el Desarrollo  
☎ 925257468  
e-mail: fide\_ma@urforum.org

**ONGD** Confederación de Organizaciones No Gubernamentales de Castilla-La Mancha

**FORUM** www.urforum.org

**POR JUSTICIA COMERCIO JUSTO**

### ASOCIACIÓN ROMERO DE COMERCIO JUSTO

El proyecto para que Albacete pase a ser una Ciudad Justa coincide con la celebración del décimo aniversario de la tienda Romero Centro de Comercio Justo, un establecimiento donde es posible encontrar todo tipo de artículos de alimentación, artesanía o juguetes procedentes de diversos países y que, según señalaron sus responsables, tienen una gran aceptación.

El objetivo de la tienda, no obstante, va más allá de lo meramente comercial, ya que se trata también de sensibilizar y denunciar las condiciones económicas que se les imponen a los países en desarrollo.

El establecimiento, gestionado por una junta directiva, comenzó a funcionar hace diez años, participando en su puesta en marcha el Grupo de Reflexión y Acción Pastoral, Cáritas Diocesana, los Comités Cristianos Populares y el Comité Óscar Romero.

#### **Proyectos más destacables:**

- Programas de comercio justo y economía solidaria en materia de consumo (2004).
- Consume con justicia, el futuro está en tus manos (2006).
- Promoción y sensibilización del comercio justo a través de actividades formativas y educativas (2007).
- Consumo con justicia (2008).

#### **SETEM**

SETEM es una federación de ONG de solidaridad internacional nacida en 1968 que centra su trabajo independiente en concienciar a nuestra sociedad de las desigualdades Norte-Sur, denunciar sus causas y promover transformaciones sociales, individuales y colectivas, para conseguir un mundo más justo y solidario.

#### **Sus campos de actuación son:**

- La sensibilización y formación a través de cursos, viajes, talleres, publicaciones y campañas.
- La promoción de alternativas, principalmente de Comercio Justo, por medio de campañas, programas especializados y venta de productos.
- La solidaridad con organizaciones del Sur mediante intercambios y actividades de cooperación.

## Proyectos más destacables:

- Muévete y cambiemos el mundo; implantación del comercio justo y la compra pública ética en Talavera de la Reina y su comarca (Toledo) (2007).
- Comercio Justo, una alternativa real (2008).
- Comercio Justo: una utopía más cercana (2009).



## SOPEPAZ

La estrategia de Sodepaz se define por la consecución de un Consumo Responsable y de la Soberanía Alimentaria, con base en los criterios de Comercio Justo y en la Economía Solidaria. Pero no se requiere restringir el consumo solamente a los productos importados del Sur, sino también a aquellos producidos en España.

Sodepaz lleva practicando el Comercio Justo desde el año 1992 en sus diversas actividades de teoría y práctica: apoyo a productores, importación, distribución y venta minorista de productos, campañas de sensibilización a la población y denuncia a toda práctica comercial basada en la injusticia y la explotación, y la investigación y publicación en material de Comercio Justo, Consumo Responsable y Soberanía Alimentaria.

También desde el año 2000 viene potenciando el trabajo con cooperativas de producción y consumo de agricultura ecológica y, en la actualidad, la asociación tiene un grupo de consumo apoyando a los pequeños agricultores/as ecológicas del Estado español, creando una relación directa entre los/las productores/as y los/las consumidores/as.

## Proyectos más destacables:

- Encuentros de viajes solidarios (2006)
- Turismo responsable: una manera de viajar y transformar (2007)
- Iniciativa piloto para alternativa en la difusión del comercio justo (2008).
- Integración de redes sociales para el logro de la soberanía alimentaria (2009).

**SODEPAZ VIAJES SOLIDARIOS 2009**

**Presentación por viajeros/as con fotos y videos**

**CUBA:** turismo solidario  
**ECUADOR:** turismo comunitario  
**BOLIVIA:** participación en proyectos  
**NICARAGUA:** turismo rural y comunitario  
**PALESTINA:** turismo político y cultural  
**MÉXICO:** brigada de derechos humanos  
**ITALIA:** agroturismo

**TOLEDO**  
Jueves 7 de mayo a las 18:30 h  
Local de SODEPAZ  
C/Comercio, 22 -3 Izquierda

**662 492 810**  
castilla.la.mancha@sodepaz.org  
www.sodepaz.tv

Foto: Ana María

**SOTERMUN**

Es una ONGD constituida en 1994 promovida por la Unión Sindical Obrera denominada “Solidaridad con el Tercer Mundo”. Desde esta identidad de SOTERMUN constituye una auténtica prioridad la solidaridad y la cooperación con los trabajadores/as del Tercer Mundo y sus organizaciones en dirección a la mejora de sus condiciones de vida: educación, salud, vivienda, empleo o justa distribución de la riqueza.

Sus proyectos de cooperación se han concretado en el apoyo a la potenciación de las organizaciones sociales y sindicales, en formación de cuadros y militantes, en dotarles de instrumentos para llevar adelante proyectos cooperativos y de economía social que mejoren sus condiciones de vida y su capacidad de auto-organización como claves del desarrollo y la integración social de sus países.

### **Proyectos más destacables:**

- Por un Comercio Justo (2008)

## **UNICEF**

UNICEF es la agencia de Naciones Unidas que tiene como objetivo garantizar el cumplimiento de los derechos de la infancia. La Convención sobre los Derechos del Niño es la ley fundamental sobre la que basa todo su trabajo.

UNICEF intenta convertirla en una norma internacional de respeto de los derechos del niño. Busca la transformación social y por ello compromete en su trabajo a todos aquellos sectores sociales que puedan contribuir con el desarrollo de su objetivo.

Fue creada en 1946 por la Asamblea General de Naciones Unidas para responder a las necesidades más urgentes de la infancia en Europa que, tras la Segunda Guerra Mundial, se encontraba en una precaria situación. Los primeros programas de UNICEF brindaron ayuda de emergencia a millones de niños y niñas de Oriente Medio, China y Europa.

Desde entonces la protección de todos los niños y niñas sin distinción de raza, credo, nacionalidad o religión se convirtió en una misión universal que ya tiene más de 50 años de historia. UNICEF trabaja para lograr tres resultados para todos los niños:

- Un buen comienzo de la vida, en un entorno de cuidados, atención y seguridad que les permita sobrevivir y estar físicamente sanos,

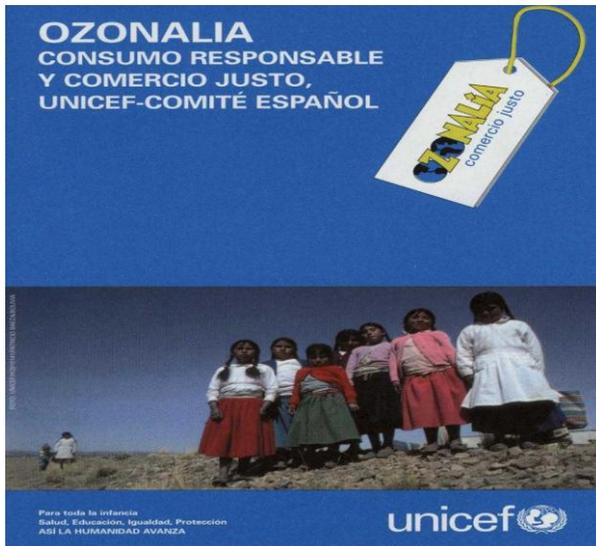
mentalmente alertas, emocionalmente seguros, socialmente competentes y con capacidad de aprender

- Garantías de que todos los niños tengan acceso a una educación básica de calidad y que la puedan completar
- Que los adolescentes tengan oportunidades de desarrollar plenamente su capacidad individual en un entorno seguro y acogedor, que les permita participar en su sociedad y contribuir con ella.

El enfoque de derechos de los programas llevados a cabo por UNICEF persigue contribuir a construir capacidades individuales e institucionales para evaluar y analizar las causas de la situación de los niños y las mujeres; reivindicar y exigir la realización de los derechos de los niños, niñas y mujeres; y codificar las reivindicaciones y las obligaciones dentro de las políticas, la legislación, los planes y programas locales y nacionales relacionados con los derechos de los niños y las mujeres, incluyendo apoyo directo a la planeación, el análisis de presupuestos, el desarrollo de políticas y la reforma legal a nivel local o nacional.

#### **Proyectos más destacables:**

- Programa educativo OZONALIA.



#### **ASOCIACIÓN INICIATIVAS DE COMERCIO JUSTO (Ciudad Real)**

### **Proyectos más destacables:**

- Actividades de sensibilización sobre comercio justo y economía social y solidaria (2007).
- ASOCIACIÓN GRUPO DE ACCIÓN Y DESARROLLO SOLIDARIO (GADES) (Albacete)

### **Proyectos más destacables:**

- Sensibilización sobre comercio justo y economía solidaria a través de charlas en la provincia a mujeres del mundo rural (2008).

## **4.2. Actividades informativas y divulgativas**

De entre las actividades informativas y divulgativas desarrolladas se han seleccionado las que se presentan a continuación agrupándolas según el tipo de actividad a que se refieren: estudios e informes; publicaciones; soportes divulgativos; campañas; y otras actividades de difusión (culturales, lúdicas, institucionales, etc.).

### **4.2.1. Estudios e informes.**

La realización de estudios e informes han servido, secuencialmente, para establecer diagnósticos de situación precisos sobre aspectos relativos al comercio justo y la economía solidaria en Castilla La Mancha.

Estos estudios han permitido, a su vez, orientar las acciones a seguir para obtener la máxima eficiencia de los recursos atendiendo al entorno espacio-temporal donde son utilizados. En concreto, se incluyen: un resumen del estudio de viabilidad socioeconómica del Comercio Justo en Castilla La Mancha, llevado a cabo en 2005; un esbozo del perfil de consumidor castellanomanchego a partir del análisis de su comportamiento en relación a los estilos de vida y consumo responsable, obtenido del estudio correspondiente, elaborado en 2008; y, finalmente, una reseña acerca del estado de integración de la agricultura ecológica en la región.

- a) Estudio de Viabilidad Socioeconómica del Comercio Justo en Castilla La Mancha.

¿Qué saben y qué piensan las consumidoras y consumidores de nuestra comunidad sobre el Comercio Justo? Esta es una de las preguntas que se hizo la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de CLM, dentro de su planteamiento global para mejorar la sostenibilidad y desarrollo de las

entidades de la Red, su impacto en sensibilización social y el aumento del consumo con criterios solidarios en la Comunidad.

Para ayudar a encontrar respuestas, la entonces Dirección General de Consumo de Castilla La Mancha financió este estudio elaborado por la cooperativa Trans-Formando, basado en 560 encuestas, además de entrevistas realizadas en empresas, tiendas, universidades, oficinas de consumo y de administraciones públicas, asociaciones de consumidores y medios de comunicación.

A continuación se indican algunos de los resultados más relevantes:

### **¿Se conoce el Comercio Justo (CJ)?**

Sólo el 26% del total pudo dar una definición adecuada; parece que no es gran cosa, pero no está mal si se considera que las actividades solidarias suelen ser menos conocidas que otras noticias y, desde luego, mucho menos que las marcas comerciales.

Sin embargo, el 46% de los encuestados compraba o había comprado alguna vez productos de CJ, es decir, lo había comprado pero no percibió muy bien de qué se trataba. Además, sólo el 13% fue capaz de recordar el nombre de un punto de venta.

Aunque las definiciones de CJ no son muy exactas, lo identificaban claramente con solidaridad, lo que indicaba que es más el conocimiento que la compra real. En consecuencia, faltan estrategias de venta.

### **¿Cómo lo han conocido?**

Los menores de 18 de años que afirmaban conocer el CJ, lo habían hecho a partir del colegio, el instituto o la catequesis. El resto de la población, a través de los medios de comunicación, en más del 90%. Queda patente la importancia de colaboración de los medios y en que sean capaces de ofrecer una información adecuada y eficaz.

Un dato muy interesante es que el 55% de los consumidores habituales lo conoció por amigos. El "boca a boca" genera mucha confianza, es algo que fácilmente podemos hacer como ciudadanos responsables.

### **¿Quién compra CJ?**

El mayor porcentaje de los encuestados responde a un rango de edad de entre 26 y 45 años. Es lógico que éste fuera el rango de edad mayoritario ya que corresponde con medios económicos propios. Se trataba también de un

perfil mayoritariamente femenino, porque aun son las mujeres las que en mayor proporción realizan la compra familiar. Aunque es evidente que su compra está orientada hacia la demanda del resto de su familia, hay que hacer notar la importante capacidad de decisión que podrían tener hacia productos de CJ y Consumo Responsable.

Los mayores de 65 años, en general, no conocían el concepto y evidentemente eran reacios a cambiar sus hábitos de consumo salvo que las facilidades que se le diesen para ello fueran convincentes.

El 57% de los consumidores de CJ compraban en la tienda solidaria específica y el 20,5% en ferias. Es decir el 80% en lugares propios de este movimiento, pero con muy baja frecuencia, el 50% compraba menos de 4 veces al año.

El 54,33% se decantaba por productos alimentarios entre los que predominaban el café, el cacao, el chocolate y las infusiones, un 15,75% por objetos artesanales y un 11,02% por bisutería.

### **¿Por qué se compra poco CJ?**

Más del 80% afirmó que aumentaría el consumo si los productos pudiesen encontrarlos en tiendas donde habitualmente hacen sus compras. El 38,6% de las personas encuestadas, lo conocían pero no compraban, sobre todo, porque no lo encontraban. Sólo el 4,8 dijo que no compraba por precios altos y una ínfima proporción por desconfianza. Es un dato que sugiere claramente la necesidad de acercar el producto al consumidor.

La mayoría no encontraba diferencias en lo que a calidad se refiere frente a productos de comercio tradicional, lo que representa un error de comunicación, pues los productos de CJ sí tienen mucha calidad: muchos son artesanos, producción biológica, diseños exclusivos, materiales nobles, excelente información sobre el origen, muy buena atención en tienda, etc.

### **¿Qué ocurre con el CJ en otras comunidades?**

En nuestra comunidad, este movimiento empezó más tarde y estaba menos implantado, sin embargo la percepción de los consumidores es bastante similar en otros lugares, como muestran los datos del estudio elaborado por la consultoría DEP para el Instituto Catalán del Consumo en 2004 "Los catalanes y el comercio justo y solidario":

Los motivos de "no compra" apuntados fueron: desconocimiento de los productos (35,4%); no encontrar tiendas (13,6%) y escasez de tiendas (12,1%). En una proporción muy parecida a Castilla La Mancha (CLM), sólo el 3,9% no compra por precio alto.

El 53,7% de la población catalana afirma conocer o haber oído hablar del concepto (el 43% en CLM); pero sólo el 18% conocía alguna organización dedicada al CJ (en CLM era el 13%). Es decir, no hay tanta diferencia en conocimiento, pero sí en consumo, donde las tiendas de CJ del resto de España venden casi cuatro veces más. Respecto a Europa, la diferencia es aún mucho mayor.

### **Participación del resto de agentes sociales en CLM**

Las empresas están prácticamente ajenas al consumo de CJ, podrían impulsarlo en sus cafeterías, "caterings", decoración de oficinas o regalos de empresa, pero el interés y conocimiento es mínimo.

En cambio, otros agentes sociales tienen una disponibilidad excelente que debería ser más utilizada: universidades, asociaciones de consumidores, oficinas municipales de consumo, colegios e institutos y medios de comunicación.

b) Estilos de vida y consumo responsable en Castilla La Mancha.

### **ESTILOS DE VIDA Y CONSUMO RESPONSABLE EN CASTILLA-LA MANCHA**



Este estudio fue realizado en 2008 por la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales, en colaboración con el Centro de Estudios de Consumo de la Universidad de Castilla La Mancha y financiado por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha.

La muestra objeto de estudio estaba compuesta de 447 encuestados, de edades comprendidas entre los 18 y los 83 años, y residentes en las distintas provincias de Castilla La Mancha.

Del estudio, se extraen conclusiones relativas a los dos capítulos íntimamente relacionados con los contenidos de esta publicación, los que analizan el comportamiento de los consumidores castellano manchegos respecto de sus prácticas éticas y solidarias así como su conciencia colectiva como consumidor.

### **Prácticas éticas y solidarias**

Los comportamientos y actitudes analizados ponen de manifiesto hasta qué punto el consumidor de Castilla la Mancha es sensible a los principios éticos. Estos principios se manifiestan con claridad cuando se antepone la solidaridad, los criterios ecológicos o el bien común, a los propios intereses personales o las ópticas egoístas o de beneficio personal a corto plazo.

El primer enunciado “no me importa pagar más, si el producto ayuda a la sostenibilidad ambiental” es una buena muestra de ello. Es significativo lo mucho que al consumidor le cuesta contestar con rotundidad a esta cuestión, incluso son más los que prefieren manifestarse como “indecisos” (42%) que los que contestan afirmativamente (41%). Hay también un porcentaje no desdeñable (15%) que está en desacuerdo.

Si se analizan los datos comparativos en razón del género y la edad se puede observar que las mujeres contestan afirmativamente (42%) algo más que los hombres (39%) y que es en los mayores de 64 años en los que se encuentra el mayor porcentaje de acuerdo a este enunciado: 47%, ocho puntos más de los que se dan entre los más jóvenes (39%).

Cuando la pregunta, aunque muy parecida, no hace referencia a que el consumidor deba pagar más, y solo a que elija un producto u otro, las respuestas son ya más “ecológicas”. Así, son clara mayoría (60%) los que afirman que “cuando sé que una empresa realiza prácticas que perjudican el medio ambiente, trato de no comprar sus productos”. Solo el 6% está en desacuerdo y el porcentaje de indecisos sigue siendo grande (43%).

Se observa, también, en este apartado datos que reflejan con claridad que el consumidor es crítico y desconfiado hacia los mensajes publicitarios, lo que no quiere decir que no le acaben afectando, consciente o

inconscientemente, en su comportamiento. Las tres cuartas partes (75%) creen que “la publicidad se aprovecha de la preocupación medioambiental para manipular a los consumidores y tratar de vender productos supuestamente “ecológicos””. Estas estrategias manipuladoras son tan evidentes que casi resulta extraño un 6% de consumidores que esté en desacuerdo y un 19% que está indeciso.

Los datos comparativos, por razón de género, no muestran diferencias claras en las respuestas a esta cuestión entre hombres y mujeres, ni entre las personas de distinta edad, aunque sí se puede observar que son los mayores de 64 años los que más contestan afirmativamente (79%).

Una cuestión muy similar se plantea en otro enunciado, pero referido a las propias empresas y no a la publicidad: “realmente las empresas productoras no tienen ninguna preocupación ecológica y medioambiental y sólo buscan su propio beneficio”. A pesar de que, como vemos, está expresado en términos muy rotundos, la mayoría de los consumidores (58%) no duda en afirmar que está de acuerdo. Están indecisos el 33% y en desacuerdo el 9%.

Respecto al comercio justo, las respuestas de los consumidores reflejan que el término les “suena bien” y les gusta, pero que realmente no saben con demasiada concreción a qué se refiere. Así, cuando se les pregunta, en primer lugar, si “creen que está muy bien comprar alimentos, ropas y otros productos de comercio justo”, solo el 1% dice que no. La inmensa mayoría está de acuerdo (72%) o indecisa (27%). Sin embargo son menos de la tercera parte (32%) los que dicen “que tienen un amplio conocimiento sobre el comercio justo y otras prácticas solidarias”. La mayoría (51%) está indecisa, y el 15% reconoce no tener esta información.

Aun con más claridad se percibe la desinformación y las dudas de los consumidores respecto al significado de la responsabilidad social de las empresas cuando se le plantea el enunciado “solo soy cliente de empresas que creo que son socialmente responsables”, ante el que sería fácil responder con un sí o un no, y sin embargo más de la mitad de los encuestados (53%) se mantiene indeciso. Los que contestan afirmativamente (24%) son pocos más que los que lo hacen negativamente (20%).

Además si, como hemos visto anteriormente, se plantea al consumidor que su opción por el “comercio justo” pudiera significar pagar más por los productos que compra, a la mayoría le entra la duda, y menos de la mitad (44%) admite que “no me importa pagar más por un producto si sé que proviene del comercio justo”. El 13% responde negativamente y un amplio 42% se manifiesta indeciso.

Respecto al comercio justo, la mayoría de los consumidores reconoce que no tiene suficiente información, al igual que le sucede con otros temas relacionados con la responsabilidad social de las empresas. Pero están interesados por ello y desearían recibir la información que les falta, puesto que más de la mitad de los consumidores (51%) manifiesta que “le interesa saber acerca de temas como la responsabilidad social de las empresas”. Solo el 10% responde negativamente. El 37% está indeciso.

Sin duda queda mucho que hacer en la formación del consumidor respecto a su responsabilidad social como consumidor y la de las empresas a las que compra. Se puede constatar en todos los enunciados de este apartado en el que se trata de preguntar sobre su nivel de conocimiento sobre estos temas, donde la mayoría está indeciso, o reconoce expresamente su escasa información, y se observa también en las respuestas al enunciado “sé lo que son las inversiones socialmente responsables y estoy dispuesto a participar en ellas”, a las que contestan afirmativamente menos de la tercera parte de los consumidores. La mayoría están indecisos (53%) o contestan negativamente (13%).

Los datos anteriores hacen pensar que el consumidor medio en Castilla La Mancha, aunque no esté bien informado sobre el significado del comercio justo o la responsabilidad social de las empresas, si está interesado en saber lo que hay detrás de los productos que adquiere. Para confirmarlo basta con ver sus respuestas ante el enunciado “me preocupa conocer otros aspectos del producto que compro, como donde ha sido fabricado y en qué condiciones”. Solo el 8% contesta negativamente. La inmensa mayoría está de acuerdo (58%) o indecisa (33%).

En el análisis comparativo intergrupos a esta cuestión, es digna de atención la diferencia en las respuestas entre hombres y mujeres, puesto que éstas responden afirmativamente en mayor porcentaje (63%) que los hombres (52%). También se debe considerar que la preocupación por la procedencia de los productos que se compran es mayor entre los que tienen entre 35 y 64 años (62%) y menor entre mayores de 64 años (51%).

Por último, destacar que si se pregunta al consumidor, no sobre su propia actitud o compromiso personal, sino sobre las medidas que deben tomar las Instituciones frente a las empresas con prácticas no éticas o responsables, hallamos respuestas casi unánimes que no hemos encontrado en ninguno de los enunciados anteriores. Solo el 4% no está de acuerdo con “la penalización por productos fabricados según prácticas no éticas”.

### **Conciencia colectiva del consumidor**

En este apartado se analizan las respuestas de los consumidores a cuestiones muy relacionadas con las tratadas en el anterior. Se refieren

también a aspectos éticos y solidarios de su comportamiento y actitudes, pero desde una perspectiva distinta. Ahora, se centra el análisis en la conciencia colectiva, es decir, la sensación de pertenencia a un grupo de intereses comunes con los demás consumidores y la necesidad de contribuir a la defensa de esos intereses colectivos.

Se comienza analizando los datos de respuestas a las preguntas que se han hecho a los encuestados, sobre una serie de organizaciones o movimientos ciudadanos relacionados con el consumo, para saber si conocían o no su existencia y si participaban activamente en alguno de ellos.

Para analizar estas respuestas es útil fijarse en dos parámetros: qué porcentaje conoce a cada organización y qué porcentaje de personas forman parte de las mismas, bien como dirigentes, bien como simples afiliados o como colaboradores. De esta manera se puede ver que las organizaciones de consumidores y de interés medioambiental son, con diferencia, las más conocidas. Las de comercio justo, como ya se ha visto, son también conocidas, pero en menor porcentaje, y todas las demás organizaciones son, frente a las anteriores, minoritarias y poco conocidas.

Efectivamente, se observa que el 72% de la población conoce las organizaciones de consumidores, y participan en ellas el 9%. Los datos de comparación intergrupos muestran que no hay diferencias de género respecto a su participación en ellas, aunque sí en cuanto al conocimiento de las mismas, puesto que son el 77% de los hombres y el 68% de las mujeres los que saben de su existencia y objetivos. En cuanto a la edad, son los mayores de 64 los que menos participan en ellas (5%), aunque los que participan lo suelen hacer más activamente que los de otras edades. Son también los mayores de 64 años los que menos las conocen (62%). En otras franjas de edad no hay prácticamente ninguna diferencia respecto a este tema.

Las organizaciones de interés medioambiental son conocidas por un menor porcentaje de la población (66%), pero el número de personas que participa o colabora con ellos es un poco superior: el 10%.

A continuación las organizaciones de comercio justo, que son conocidas por el 52% y en las de participa el 8%. Sin embargo, como ya se ha visto en el apartado anterior, la información que realmente tienen los consumidores sobre el significado y la práctica del comercio justo no es muy extensa. Así solo el 37% de los encuestados manifiesta que tiene un amplio conocimiento sobre el comercio justo y otras prácticas solidarias y no llega a la mitad (44%) los que conocen las tiendas de comercio justo que hay en su localidad.

Menos de la mitad de la población conoce la existencia de las cooperativas de consumo (41 %) y solo participan en ellas el 3%. En cuanto a la radio y prensa alternativa es conocida por el 36% de la población y participa o colabora con ellas el 4%.

Solo la cuarta parte de la población (25%) conoce grupos de autoconsumo y participa en ellos el 5%. Por último, los grupos de “trueque” o mercado de intercambio son los menos conocidos (23%) y en los que menos personas participan: solo el 1%. No obstante hay que indicar que en algunos casos (cooperativas de consumo, grupos de autoconsumo) es posible que algunas de las personas que han contestado al cuestionario pudieran confundirse respecto a su significado real.

Además, se quiso conocer la conciencia colectiva de los consumidores en los términos antes referidos, es decir, el sentimiento de pertenencia a un grupo de intereses comunes (el de los consumidores), la necesidad de unirse y realizar acciones conjuntas para defender esos intereses y la fuerza que esa unión podría tener si se manifestara comprando o dejando de comprar determinados productos.

Para conocer matizadamente la actitud de los consumidores, se han ofrecido las cinco alternativas de respuestas (totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo). Es interesante fijarse en las diferencias de suma entre los porcentajes que están de acuerdo frente las que están en desacuerdo, sin tener en cuenta a los indecisos. De esta forma los datos obtenidos aumentan en validez y significación, puesto que se tienen únicamente en cuenta las respuestas que suponen una toma de postura clara, en una situación en la que existe la posibilidad de optar por alternativas intermedias, en el caso de que la persona no tuviera una postura definida respecto al enunciado.

Teniendo en cuenta lo anterior, los consumidores de Castilla la Mancha manifiestan tener un nivel muy elevado de conciencia colectiva, que se plasma con claridad en todas las respuestas a las cuestiones que se han planteado. El 91% de ellos opina que es importante participar en acciones colectivas solidarias o para reivindicar nuestros derechos como consumidores. El mismo elevado porcentaje (91%) asume con rotundidad que si los consumidores estuviéramos unidos, podríamos defendernos frente a las empresas y hacer valer nuestros derechos. Solo el 2% está en desacuerdo.

También corresponde al mismo porcentaje, que representa casi a la totalidad de los encuestados (91%), los que creen que es muy importante la comunicación directa entre los consumidores (“boca-oído”) para transmitirnos información sobre productos y establecimientos. Solo el 1% está en desacuerdo.

Resulta un poco menor (88%) el porcentaje de los que creen que se deben usar las nuevas tecnologías para informarse sobre temas de responsabilidad social como consumidores. De nuevo sólo el 1% está en desacuerdo.

Incluso cuando el enunciado se plantea en términos más rotundos o “combativos”, sigue siendo una inmensa mayoría la que lo apoya. Así el 85% cree que “los consumidores, comprando o dejando de comprar determinados productos, tenemos una enorme fuerza para obligar a las empresas a cambiar sus prácticas inadecuadas”. Es muy pequeño el porcentaje (4%) en desacuerdo expreso.

Un enunciado similar, pero planteado en forma aún más radical “se deben emprender acciones (por ejemplo boicot a determinados productos o empresas) para hacer valer nuestra fuerza” cuenta con el apoyo expreso del 78% de los consumidores, y el mismo pequeño porcentaje de personas que están en desacuerdo: 4%.

El 85% de los consumidores está de acuerdo con un enunciado relacionado con esta cuestión, pero desde un planteamiento distinto “prefiero comprar productos fabricados bajo condiciones respetuosas a nivel ambiental y social”. Solo el 1% esta en desacuerdo.

También resulta muy positiva la imagen de los consumidores de Castilla la Mancha cuando reflejan en sus respuestas ciertas actitudes personales: el 82% se considera una persona abierta a otras culturas (está en desacuerdo el 5%) y el 81% cree que es una persona solidaria con los más desfavorecidos (el 3% en desacuerdo).

Cuando la autovaloración se refiere directamente a si se consideran a sí mismos como consumidores responsables, aumenta mucho el número de indecisos (35%) pero son clara mayoría los que dicen que sí (62%), y solo el 3% contesta negativamente. Porcentajes algo distintos podemos ver en un enunciado con parecido significado, pero planteado de forma diferente: “ejerzo mi responsabilidad social como consumidor”. Los que están de acuerdo son el 72% y los que están en desacuerdo el 5%. El porcentaje de indecisos es del 22%.

Es posible que haya un cierto sesgo en las respuestas a estas cuestiones por la “deseabilidad social”, es decir, la tendencia a responder de la forma en la que se cree que se da una imagen personal más positiva según los valores sociales dominantes. De hecho cuando se ha planteado un tema donde esa deseabilidad no se da tan claramente, el abanico de respuestas es mucho más amplio y la mayoría de los consumidores optan por opciones intermedias.

Así podemos ver que ante el enunciado “estoy a favor de la globalización” el grupo más numeroso es el de los indecisos (35%). El 22% está totalmente de acuerdo, el 25% de acuerdo, en desacuerdo el 10% y en total desacuerdo el 6%. Sin duda es este un concepto, el de la globalización, hacia el que los consumidores no tienen una postura definida, entre otras cosas por la desinformación sobre el significado del término y sus consecuencias. Si nos fijamos en los datos comparativos por edad y género, vemos que hay mayor porcentaje de hombres que se manifiestan contrarios a la globalización (19%) que mujeres (12%) y que, aunque no hay grandes diferencias por edad, son los menores de 34 años los que están más en contra, y los que tienen más de entre 34 y 64 años los que menos.

Para completar este análisis restan dos cuestiones esenciales que, en cierta forma, resumen el sentido del estudio en sí. En primer lugar, dice muchísimo de la acertada percepción que los consumidores tienen del mundo en el que viven y de su estilo de vida, el que la cuestión que más acuerdo suscita, de las muchas que se les ha planteado, sea: “Creo que consumimos más de lo que necesitamos”. El 96% está de acuerdo y solo el 1% en desacuerdo.

Finalmente, el 78% de los consumidores de Castilla la Mancha cree que es posible que cambiemos nuestra forma de consumir y está dispuesto a participar en ese cambio. Se trata de un dato esperanzador, puesto que supone el punto de partida para un nuevo modelo de consumo responsable y desarrollo sostenible.

- c) Estudio sobre el estado de la integración de los actores de la agricultura ecológica en Castilla La Mancha. Visiones, concepciones, prácticas y articulación.



Con este estudio, Sodepaz CLM pretende contribuir a la consecución de sus objetivos políticos y sociales en esta región castellano-manchega, vinculados a las temáticas de comercio justo, consumo responsable y soberanía alimentaria. Entre estos objetivos, destacan los siguientes:

- Aportar información y análisis que faciliten extender, mejorar y sistematizar la distribución de productos sostenibles locales, de modo tal que se conviertan en una alternativa efectiva de consumo.
- Lograr una mayor implicación, apoyo y seguimiento por parte de las autoridades públicas en esta materia.
- Incrementar el nivel de conocimiento y la conciencia colectiva de la ciudadanía de la región en cuanto a las temáticas del comercio justo y ecológico, el consumo responsable y la soberanía alimentaria.
- Aumentar la participación ciudadana, tanto a través de sus decisiones de compra como a partir de la organización para la distribución o el consumo, en el apoyo a los productores locales de agricultura ecológica y la defensa de la soberanía alimentaria.
- Proveer información que facilite un acercamiento entre la oferta y la demanda de esta tipología de productos: una producción ecológica vinculada a un consumo responsable, a través de la práctica de un comercio justo y sostenible y el respeto del derecho a la soberanía alimentaria.
- Mejorar la articulación y el trabajo en red entre los productores ecológicos de la zona y las organizaciones locales, ya sean éstas asociaciones de vecinos/as, de mujeres, de consumidores/as, entre otras.

En definitiva, contribuir a la profundización del vínculo y la conexión entre los productores/as, los consumidores/as y su entorno más próximo, con el objeto de avanzar hacia un modelo de intercambios más equitativos y sostenibles, principalmente en lo que a la alimentación se refiere.

El detalle de los contenidos de este estudio, aun siendo de gran interés, excede la propuesta planteada para esta publicación. No obstante, se recomienda acceder al mismo a través de la página web correspondiente.

#### **4.2.2. Publicaciones.**

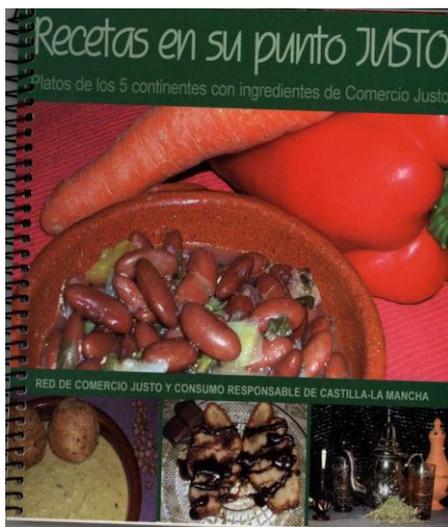
Las actividades informativas y divulgativas también se llevan a cabo mediante publicaciones del Instituto de Consumo, o bien, financiando las de

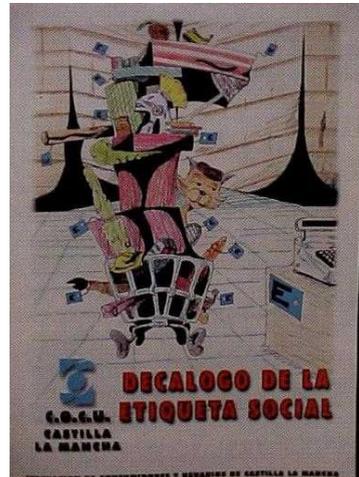
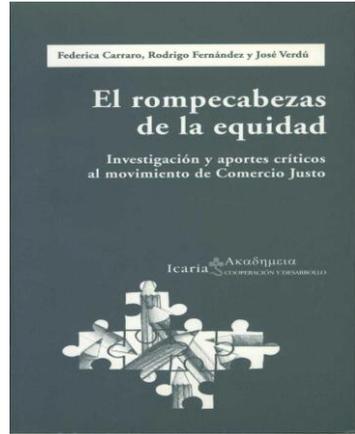
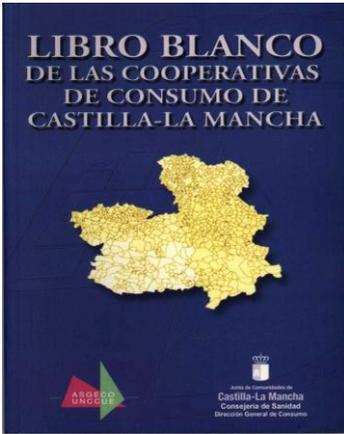
otras organizaciones que trabajan en esta área. Al respecto, se incluyen tanto las publicaciones monográficas como las publicaciones de carácter periódico, tanto específicas como de contenidos genéricos en materia de protección de las personas consumidoras.

Al respecto, se debe destacar la labor desarrollada durante todos estos años desde la revista “Reseñas de Consumo”, que edita el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, con una periodicidad trimestral y una tirada de 3.600 ejemplares, y que aborda temas de comercio justo y economía solidaria de manera habitual. Además, también se podría añadir que, en esta publicación, escribe el autor de estas líneas en una sección fija denominada “Tabula Rasa”, entre cuyos artículos se encuentran algunos en relación con dichos temas (uno de ellos está reproducido en el apéndice de este libro).

Aunque los contenidos de esta revista pueden ser consultados a través de la página web del Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, o también puede solicitarse su envío gratuito, a continuación se incluyen algunos de los reportajes y noticias más destacables que, como actividades informativas y divulgativas, se han realizado desde “Reseñas de Consumo”.

Asimismo, se incorporan como ejemplos de otras publicaciones un monográfico dedicado al comercio justo en la revista de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha y la portada de “Justamente”, revista de difusión de la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha.





# Calidad + Solidaridad = Comercio Justo

## CONSUMO SOLIDARIO

Con la llegada del nuevo milenio hemos incorporado a nuestro acervo cultural y diccionario particular, algunos términos con los que controlamos habituales cubren sus intervenciones públicas de la manera suficiente aires como para que los ciudadanos de a pie, amablemente, abran las puertas de sus conciencias sin mostrar mayor inquietud por lo que aquellos significan.

Ah, hoy, resulta frecuente oír hablar de cuestiones tales como "la nueva economía", "la globalización", "las nuevas tecnologías de la información y la comunicación", "el comercio electrónico", o incluso, "el 0,7%".

Sin embargo, nuestra visión de estos temas sale ser panemítica, ya que en muchos de los casos no mostramos la inquietud o la sensibilidad por preocuparnos de lo que realmente significan o representan para nuestras vidas, nuestro entorno, o mejor aún, del mundo que vivimos.

Ante estas palabras cuyo uso habitual la generaliza pero la despoja de contenido, debemos plantearnos algunas cuestiones en las que nuestra participación se antoja más protagonista que la de un simple sujeto pasivo de una nueva moda. De estos interrogantes la fundamental no es otra que ¿ta que puedo intervenir yo para contribuir a cosas tan complejas? Sin duda, en primer lugar, informármole luego, concienciármelo, y después, en consecuencia, actuarlo, todo ello sin necesidad de vincularlo a lo que tenga que hacer también el vecino.

Vamos a centrarnos en un caso concreto que relaciona los términos de nuevo cuando indicados y que nos sitúa en nuestra calidad de consumidores y usuarios en un mundo comercial sin fronteras, con la sociedad de la información como referente.

Nuestro comportamiento y nuestras pautas de conducta frente a los productores nos debe llevar a responsabilizarnos con lo que se viene a denominar el consumo solidario, que no es otra cosa que seguir unos hábitos de compra y unos criterios determinados acordes con el comercio justo.

Seguindo el esquema propuesto tendríamos que informarnos en qué consiste, para poder concienciarlos y actuar en consecuencia. Con la información incluida en las líneas que siguen intentaremos provocar esto

último.

El comercio justo constituye una nueva alternativa basada en un modelo de relaciones comerciales que establece un intercambio equitativo y justo.

El comercio justo constituye en sí mismo una nueva alternativa de solidaridad basada en la búsqueda de un modelo de relaciones comerciales, especialmente con los países del Sur, que establezca un intercambio equitativo y justo. Esta relación entre los productores de dichos países y los consumidores deben ser las menos jerarquizadas posible; es decir, que el valor añadido de los productos comercializados recaiga en los trabajadores que los producen y no en los diversos intermediarios que los comercializan.

La mayoría de los beneficios producidos se quedan en manos de una minoría poderosa.

La dinámica del comercio internacional actual potencia las desigualdades y las injusticias, ya sean de carácter económico o social, quedando la mayoría de los beneficios producidos en manos de una minoría poderosa. Esta circunstancia se ve agravada con la concentración de la oferta que se da en el desarrollo de la gran multinacional y su diversificación de la producción, del imperio de las marcas y de la superestructuras generadas para la distribución y la venta.

Con la venta directa de productos de los países menos desarrollados, los beneficios obtenidos se destinan a atender necesidades básicas o poder reinvertir en la mejora de su producción y en proyectos sociales para la comunidad.

Frente a este modelo el comercio alternativo propone la venta directa de los productos que provienen de los cooperativas de los países menos desarrollados que tienen como objetivo asegurar a sus productores un soporte económico estable, lo que permite que estos grupos sociales puedan subsistir mediante la asignación de unos precios justos a sus productos; y con los beneficios obtenidos, atender sus necesidades básicas o poder reinvertir simultáneamente en la mejora de su producción y en proyectos sociales para la comunidad, que tienen como objetivo conseguir avances educativos, sanitarios, etc., para la erradicación de tasas como el trabajo infantil o la analfabetización que, incontestablemente, conducen al círculo vicioso de la exclusión del



mundo desarrollado.

Los salarios y las condiciones de los trabajadores han de ser dignos, respetando sus derechos laborales. Por tanto, el Comercio Justo debe contemplar principios tales como que los salarios y las condiciones de los trabajadores han de ser dignas, cubriendo sus necesidades principales y respetando sus derechos laborales; no debe existir discriminación alguna entre hombres y mujeres; la producción se dirige al desarrollo del conjunto de la población y a respetar el entorno social y natural, destacando los beneficios a regiones sociales (valor social de los productos); el comercio comercial se efectúa a largo plazo, deterrando las maniobras especulativas que ajean el valor añadido de sus verdaderos acreedores; el funcionamiento de los grupos productores ha de ser democrático; los productos obtenidos de calidad y en ningún caso, abusen empleando mano de obra infantil.

Los productos se compran de la forma más directa posible, reduciendo la intervención de especuladores o intermediarios innecesarios.

En síntesis, la metodología que sigue el comercio justo puede describirse de esta forma: los productos se compran de la forma más directa posible, reduciendo la intervención de especuladores o intermediarios innecesarios; el precio de venta se ajusta al coste de las materias primas, el tiempo y la energía invertidas, teniendo en cuenta que debe permitir al productor un nivel de vida razonable y continuar con su producción. Esta debe ser económica y ecológicamente sostenible, lo que significa atender las necesidades actuales sin hipotecar a las futuras generaciones.

En los procesos de producción, comercialización y promoción los pueblos indígenas, los pequeños productores y aquellas pequeñas y medianas empresas reguladas por los principios citados garantizan de un modo preferencial siendo objeto de ayuda para el desarrollo de sus productos hacia la obtención de parámetros de calidad concurrentes con los países demandados por los consumidores y una adecuada presentación en los puntos de venta.

Se añade que, necesariamente, es precisa una acción administrativa eficaz cuyo objetivo principal sea aproximar e identificar intereses entre las organizaciones de economía solidaria y comercio justo, de consumidores, y de comerciantes y empresarios. En consecuencia, las líneas de acción a diseñar se dirigen a cada uno de éstos agentes implicados de manera diferenciada aunque, en definitiva, se busque la sinergia de todos ellos.

La Administración tendrá que habilitar créditos presupuestarios para brindar apoyo financiero, técnico y

administrativo a los productores.

Respecto de las organizaciones de comercio justo la Administración tendrá que habilitar créditos presupuestarios para brindar apoyo financiero, técnico y administrativo, que trasladará a los productores o grupos de productores que operan en sus ámbitos, imprescindibles para obtener una gestión competitiva en la calidad de los productos. Asimismo, la Administración tendrá que fomentar las ferias de comercio justo como vehículo por el que los consumidores responsables y solidarios puedan acceder a los referidos productos de comercio justo.

En cuanto a los consumidores, deberán emprender campañas informativas y divulgativas, pensadas para sensibilizar a la población sobre las desigualdades que se manifiestan habitualmente del comercio internacional y las alternativas que se les presentan a través de este tipo de economía alternativa. En definitiva, concienciar a los consumidores sobre la relación entre su compra y las condiciones de vida de los productores de los países menos desarrollados; conseguir que se correspondieran sabiendo del poder equilibrador que tiene su decisión personal de compra.

De otra parte, las cooperativas de consumidores deben dar entrada a los productos de comercio justo e, igualmente, como ocurre con las asociaciones de consumidores, difundir los productos y las características del comercio justo a fin de crear una demanda estable y suficiente que consolide los logros y propicie su vocación de permanencia.

Además, los ciudadanos, en sintonía con la colaboración empresarial, serán los protagonistas de campañas divulgativas sobre los distintivos de calidad o sellos de garantía que emiten los grupos, orgánicos y controlados en todo momento por la Administración, para que aprendan a reconocer los productos que incorporan dichas acreditaciones a la hora de una elección racional, consciente y solidaria en la compra, lo que nos podría explicar como una discriminación positiva que incentive a productores y empresarios.

Finalmente, el labor de la Administración en los sectores empresariales no se limitará a dar participación en órganos de consulta y representación para estos sectores, sino que resultará más ambicioso impulsando determinadas acciones en la oferta que conducen a no a través de los distintivos de calidad antes citados que exige el cumplimiento obligatorio y constante de las acciones voluntarias de códigos de conducta éticos que respeten el espíritu solidario al que queremos adherir a través de nuestro compromiso con la sociedad en los próximos años.

Fernando Lamata Cotanda  
Cooperativo de Solidaridad

# Castilla-La Mancha

REVISTA DE INFORMACIÓN Y LA CARTA DE COMUNICACIÓN • JUNIO • 2004

## Por un consumo responsable



JOSÉ BONO: UNA TRAYECTORIA POLÍTICA AL SERVICIO DE CASTILLA-LA MANCHA / SEGURIDAD VIAL: TU CONDUCTA, TU DEODOS

## COMERCIO JUSTO UN CONSUMO QUE REDUCE LA POBREZA

**El comercio justo es una alternativa al comercio tradicional que busca reducir la pobreza e igualar las condiciones comerciales de los países más desarrollados. La Administración autonómica subvencionará proyectos de comercio justo realizados por colectivos como mujeres, discapacitados, ONGs o minorías étnicas, que tienen en el comercio una alternativa para sus economías sociales.**

Cuando realizamos alguna compra en un pequeño comercio, en un establecimiento de nuestros barrios o ciudades, en supermercados, centros comerciales... estamos estableciendo relaciones comerciales con el resto del planeta, y por lo tanto, contribuyendo a mejorar un modo de producción y un sistema de comercio globalizado. Al comprar apoyamos la producción y puesta en el mercado del producto por el que pagamos. Pero, ¿intento de darle valor al producto?, ¿sabemos si esa explotación ha sido respetuosa con

el medio ambiente?, ¿han sido respetados los derechos de los trabajadores que se encuentran en su cadena de producción del producto que estamos comprando?, ¿han sido respetados los derechos humanos de las personas que trabajan en la producción y en el comercio globalizado. Al comprar apoyamos la producción y puesta en el mercado del producto por el que pagamos. Pero, ¿intento de darle valor al producto?, ¿sabemos si esa explotación ha sido respetuosa con

los consumidores quienes son responsables, debemos ser críticos con las que compramos e intentar conocer en qué condiciones se han fabricado los productos. Con ello se crea un valor, más que dependiente del derecho básico como consumidores, recogido en la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, el Derecho a la Información. Deben darse garantías de seguridad de los consumidores producidos en un comercio justo, así como una empresa para dar a conocer que se compraron con los más débiles.

La Dirección General de Comercio Justo ha iniciado un trabajo de cooperación de los países subdesarrollados, subvencionando el comercio justo en cooperativas de comercio justo en España y en otros países desarrollados. Este programa de desarrollo sostenible y que busca condiciones dignas. Esta campaña incluye la promoción del comercio justo en los establecimientos de venta y puntos subvencionados, facilitando las actividades, comisiones y acciones de promoción de los productos de comercio justo de los países del norte del mundo y de las asociaciones de mujeres, discapacitados y otros subvencionados, como ONGs y la Red regional de Comercio Justo en Castilla-La Mancha.

Los límites y obligaciones de la red regional difieren que se definen en el comercio justo participando los productores, que pueden ser: plantación de una economía social y propia cooperativa y del comercio justo, en la que establece medidas básicas de gestión económica, social y ambiental, así como la estabilidad social, económica y ambiental de los productores.



La Administración autonómica promueve la comercialización de productos y servicios. Autor: de Castilla-La Mancha, oficina de comercio justo.

¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO? El comercio justo es una alternativa al comercio tradicional que busca reducir la pobreza e igualar las condiciones comerciales de los países más desarrollados. Este programa de desarrollo sostenible y que busca condiciones dignas. Esta campaña incluye la promoción del comercio justo en los establecimientos de venta y puntos subvencionados, facilitando las actividades, comisiones y acciones de promoción de los productos de comercio justo de los países del norte del mundo y de las asociaciones de mujeres, discapacitados y otros subvencionados, como ONGs y la Red regional de Comercio Justo en Castilla-La Mancha.

Los límites y obligaciones de la red regional difieren que se definen en el comercio justo participando los productores, que pueden ser: plantación de una economía social y propia cooperativa y del comercio justo, en la que establece medidas básicas de gestión económica, social y ambiental, así como la estabilidad social, económica y ambiental de los productores.

La Dirección General de Comercio Justo ha iniciado un trabajo de cooperación de los países subdesarrollados, subvencionando el comercio justo en cooperativas de comercio justo en España y en otros países desarrollados. Este programa de desarrollo sostenible y que busca condiciones dignas. Esta campaña incluye la promoción del comercio justo en los establecimientos de venta y puntos subvencionados, facilitando las actividades, comisiones y acciones de promoción de los productos de comercio justo de los países del norte del mundo y de las asociaciones de mujeres, discapacitados y otros subvencionados, como ONGs y la Red regional de Comercio Justo en Castilla-La Mancha.

Los límites y obligaciones de la red regional difieren que se definen en el comercio justo participando los productores, que pueden ser: plantación de una economía social y propia cooperativa y del comercio justo, en la que establece medidas básicas de gestión económica, social y ambiental, así como la estabilidad social, económica y ambiental de los productores.

### Castilla-La Mancha



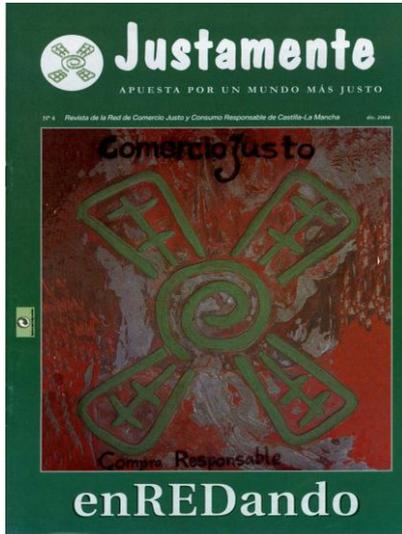
La Red regional de Comercio Justo se encuentra representada en el subsector de importación como fabricantes.

en zonas deprimidas, grupos de mujeres, talleres de rehabilitación. Todos tienen su característica como la marginalidad de encontrar los importadores, que se compran para vender y los fondos, establecimientos de venta y distribución del comercio justo, que así como tener un elemento clave del tipo de relaciones comerciales. En los establecimientos y puntos comerciales se venden desde artículos agrícolas para el hogar, manualidades, alfombras, alfombras de coque, lámparas, juguetes, regalos, platos de barro. También alimentación: café, chocolate, cacao, azúcar más, vinagre, jamón, queso, especias, arroz, aceite y salsas como pasta de vaina, tipo de casa o lagares.

En la Red regional de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participan con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo. En la Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participan con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo. En la Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participan con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo.

La Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participa con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo. En la Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participan con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo.

La Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participa con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo. En la Dirección General de Comercio Justo en Castilla-La Mancha participan con desde el año 2000, organizaciones, asociaciones y tiendas que buscan coordinar acciones de venta y distribución de los productos de comercio justo.



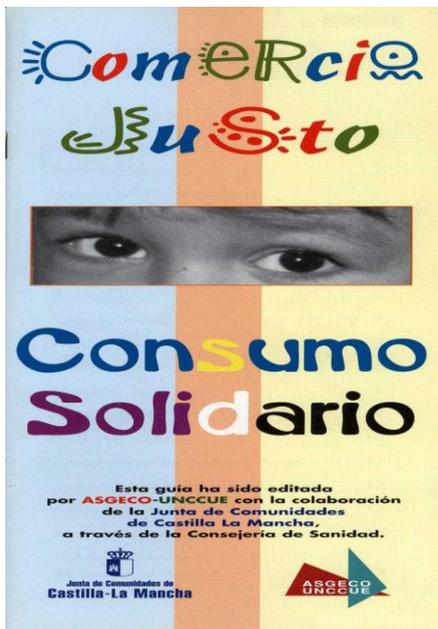
### 4.2.3. Soportes divulgativos.

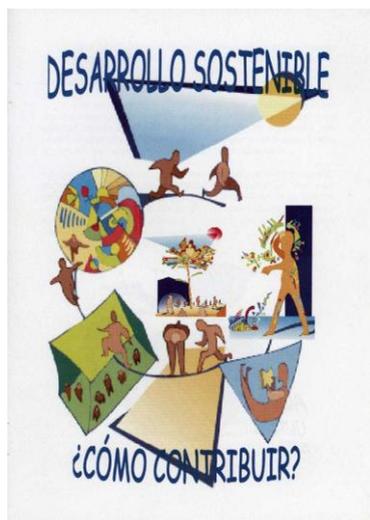
En este apartado se incluyen los soportes que, habitualmente, son utilizados para estos fines divulgativos. El valor de estos materiales editados ha decrecido en beneficio de nuevos soportes cuya presentación, utilidad y permanencia resultan de mayor atractivo para la población destinataria.

La distribución masiva de dípticos y trípticos no garantiza una lectura atenta de los mensajes por parte de los ciudadanos y, mucho menos, que esta ejerza influencia sobre sus decisiones de compra o sus comportamientos como personas consumidoras.

Además, la huella de la información que dejan es liviana dado lo perecedero de la "vida" de dichos soportes que en muchos de los casos no llegan a ser siquiera leídos y, menos aún, conservados para su consulta oportuna.

No obstante, su uso sigue vigente y de ello dejo constancia con la reproducción de algunos de los editados y distribuidos por el Instituto de Consumo, o bien, a través de la financiación a las organizaciones correspondientes.





#### ⇨ Ayudas y subvenciones.

Las Cooperativas de Consumidores y Usuarios ubicadas en Castilla-La Mancha, pueden solicitar:

##### □ Ayudas y Subvenciones destinadas a las cooperativas (\*)

- ▲ Ayudas para las inversiones realizadas: comprenden el inmovilizado material e inmaterial de primera adquisición y los gastos derivados de la puesta en funcionamiento.
- ▲ Ayudas para la mejora de la competitividad: gastos derivados de las innovaciones, el desarrollo tecnológico...
- ▲ Otras ayudas: gastos derivados de la constitución, contratación de personal especializado y formación.

(\*) La solicitud de ayuda o subvención ha de presentarse antes de la realización de la inversión o actividad susceptible de ser subvencionada.

##### □ Ayudas y Subvenciones destinadas a las asociaciones de consumidores y a entidades sin ánimo de lucro (cooperativas de consumidores).

La Consejería de Sanidad y Consumo de Castilla-La Mancha tiene establecidas dos líneas de ayuda:

- ▲ Convenios de Colaboración.
- ▲ Subvenciones a Programas de Promoción y Defensa del Consumo.

##### □ Bonificaciones fiscales en diferentes impuestos y tasas, locales y estatales.

##### □ Otras ayudas.

Las cooperativas de consumidores y usuarios pueden acceder a las ayudas y subvenciones concedidas a las PYMES.

Para más información puede dirigirse a:

**ASGECO-UNCCUE.**  
 Pza. de Navarra, 3, 28027 Madrid.  
 Tels. 91 405 36 11/98 - Fax. 91 405 39 97  
 Email. [asgeco@unccue.com](mailto:asgeco@unccue.com)



# Conviene saber...



... aspectos básicos a tener en cuenta para la constitución de una cooperativa de consumo en Castilla-La Mancha

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejería de Sanidad

ASGECO UNCCUE  
 ASOCIACIÓN GENERAL DE CONSUMIDORES UNIÓN NACIONAL DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ESPAÑA



# es usto es responsable

- Salarios dignos.
- Rechazo al trabajo infantil.
- Igualdad hombre/mujer.
- Respeto al medio ambiente.
- Calidad de producto.

- Elegir productos de temporada.
- Leer las etiquetas.
- Reciclar y reutilizar.
- Consumir productos biológicos.
- Controlar el gasto.

**sé solidario, practica el comercio justo y el consumo responsable**

### Organizaciones de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla-La Mancha

**Comité de Solidaridad "OSCAR ROMERO" (Tienda)**  
C/ Pedro Coga, 7 - 02004 Albacete  
Tel: 967 22 30 78  
comi-rosomero.albacete@mod360.org

**Consumo Respeto**  
Tel: 926 85 09 17 - 926 85 09 00  
0005@consumorespeto.es

**Desarrollo social (Tienda)**  
TRAVESERA DE LA PIEDRA  
desarrollosocialbarstet.net

**DISEÑAR**  
ASOCIACIÓN DE HENARES  
Tel: 987 30 10 24  
diseñares@henares.com

**EDUCACIÓN**  
ALCAZAR Y ARCAMASILLA DE ALBA  
Tel: 968 88 60 01 - 926 25 07 49  
comorenos@formal.com  
pedro.carlos.moreno@alcazar.org/mec.es

**FIDE Fundación Iberoamericana para el Desarrollo**  
TOLUCA  
Tel: 925 25 74 66  
fide@fideonline.es  
www.fide.org.org

**Intermón OXFAM (Tienda)**  
C/ Conde de Val, 4 - 45001 Toledo  
Tel: 925 21 08 42  
cbs@oxfamintermon.org  
www.intermon.org

**JAIMA (Tienda)**  
C/ Bovera, 14 - 13000 Tomelloso (Ciudad Real)  
Tel: 924 88 42 76  
Btoveros@ciudadreal.org

**SOPEPAZ**  
Tel: 925 38 11 03 - 925 38 04 54  
www.mod360.org/sopepaz

**Solidaridad Internacional**  
Tel: 928 81 61 41  
www.solidaridad.org





## Medita tu elección de compra

**sé solidario, practica el comercio justo y el consumo responsable**




**Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha**  
www.jccm.es

En la Navidad de 2001 paz y solidaridad.

## COMERCIO JUSTO

El comercio justo es una iniciativa que prima los intereses sociales de las comunidades más empobrecidas del mundo. Sus miembros, mujeres y hombres por igual, agrupados en unidades familiares, en pequeñas cooperativas o en talleres producen en origen, sin intermediarios y de su propia cosecha, artículos de alimentación, textiles, artesanía y juguetes.

Cinco millones de personas en situación de extrema pobreza en los países del Sur -un 70% mujeres- se benefician de esta actividad comercial que excluye la explotación infantil y promueve un trabajo digno, en condiciones de igualdad, capaz de impulsar un desarrollo continuo de sus comunidades, sin que por ello se perturbe el equilibrio medioambiental.

Esta iniciativa no es una ayuda, sino un intercambio comercial, informativo y cultural con una de las áreas más extensas de nuestro planeta.

Fotos cedidas por: IDEAS-SETEM.

## CONSUMO RESPONSABLE

reconocer el producto

El consumo responsable se demuestra en la exigencia de que los productos y servicios que nos ofrecen guarden una relación calidad/precio y una información acerca de su origen, composición, prestaciones, etc... pero sobre todo en que garanticen un proyecto respetuoso con el bienestar de las personas, y promotor de un modelo de desarrollo sostenible acorde con el medio ambiente.

Cada vez que compramos en el supermercado del barrio o en un multicentro entablamos relaciones comerciales con el resto del mundo. En consecuencia, cada acto de consumo que practicamos puede estar alentando modos injustos de producción de mercancías o por el contrario fomentar un comercio más igualitario.



Al apostar por el consumo responsable, los ciudadanos nos beneficiamos de la adquisición de productos sanos, al tiempo que promovemos un equilibrio económico y medioambiental.

## COMERCIO JUSTO

### Café orgánico de alta calidad

En Tanzania, 30.000 socios productores se han agrupado para cultivar el café típico de la región, de sabor más amargo, pero de baja acidez.

En Chiapas (México) 1.500 productores cultivan un café orgánico de calidad arábica, de sabor suave y aromático.

Dos variedades de Comercio Justo por las que se ha pagado más del doble del precio establecido por la Bolsa Internacional del Café.



### Balones hechos con dignidad

La ciudad de Sialkot (Pakistán) emplea unos 7.000 niños, que trabajan una jornada media de 10 horas, lo que les impide escolarizar.

Para combatir la explotación infantil, en Talón, no hay menores de 16 años trabajando.

La producción de balones se comercializa a través de la red europea de Comercio Justo, pagando un 25% más del precio de mercado, que se destina a costear la seguridad social de los trabajadores y el crecimiento de sus infraestructuras educativas, sanitarias y viarias.



## CRITERIOS DE COMERCIO JUSTO

- No a la explotación infantil.
- Salarios y condiciones de trabajo dignos y capacitación de los productores y productoras.
- Relaciones laborales igualitarias hombre - mujer.
- Respeto al medioambiente y fomento de la agricultura ecológica y del reciclaje.
- Los productores/as destinan parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades.
- Funcionamiento democrático de las microempresas y cooperativas productoras.
- Fomento de una banca alternativa para que haya independencia financiera a largo plazo.
- Productos de calidad, naturales y que respeten las culturas.
- Información a los ciudadanos de los productos y sus productores.

## GRUPO DE COMERCIO JUSTO

**UBICACIONES:**

**INTERMÓN-ORFAM** c/ cardenerías,7 45001 TOLEDO ☎ 925 210402 e-mail: comercio@intermon.org web: www.intermon.org

**JALMA** 13700 TORNELLISO ☎ 610 104270 c/ ALBA, 3

**KRAM - KRAM** c/ Carmen nº 8 45000 TALAVERA DE LA REINA ☎ 925 80 43 98

**ÁSCAN ROMERO** c/ Pedro Coca, 7 02004 ALBACETE ☎ 967 220083 e-mail: com-fund@ascanro.com@ascan.org

**ORGANIZACIONES:**

**CECU** Confederación de Consumidores y Usuarios ☎ 966 33 22 97 e-mail: cecuci@cecu.es

**CONSUMO RESPETO** ☎ 606 78 2750 e-mail: info@consumo.es

**DIAGNOS** ☎ 607 50 10 74 fax: 34 60 29 16 50 e-mail: diagnost@diagnos.org

**EDUCACIÓN** ☎ 646 000001 e-mail: pablo.carlos.naranjo@sauca.aula3.com.es

**FIDE** Fundación Iberoamericana para el Desarrollo ☎ 82257400 e-mail: fide\_ia@fide.org.es

## POR JUSTICIA COMERCIO JUSTO

## ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

JUSTO

Es una visión alternativa al comercio internacional y es una relación comercial cuyo objetivo es el desarrollo sostenible de los productores más excluidos.

Busca conseguirlo a través de las mejoras de las condiciones comerciales.

## ¿QUÉ ES EL CONSUMO RESPONSABLE?

CONSUMO RESPONSABLE

Es el que ejercemos los ciudadanos comprometidos y bien informados cuando:

- Somos conscientes de las injusticias sociales existentes en el comercio internacional.
- Somos conscientes de la excesiva y mala explotación de los recursos naturales.
- Somos conscientes de nuestro poder de decisión para adquirir un producto u otro y no nos dejamos influenciar fácilmente.

## ¿QUÉ PODEMOS HACER PARA SER CONSUMIDORES RESPONSABLES Y JUSTOS?

JUSTOS

- Estar bien informados.
- No dejarnos influenciar por las modas ni la publicidad.
- No consumir productos que dañen a la naturaleza.
- Reducir, Reutilizar y Reciclar
- Elegir productos que estén elaborados respetando a las personas y al medioambiente.



## comercio justo te da la oportunidad de ser solidario.

Diversas organizaciones están trabajando por introducir en el funcionamiento del mercado productos que cumplen justo y consumo responsable. Sus objetivos básicos son:

- Que no se consuman productos fabricados en base al pago de salarios indignos o en condiciones infrahumanas.
- Rechazo al trabajo infantil.
- Igualdad hombre/mujer.
- Respeto al medio ambiente.
- Derechos laborales.
- Calidad del producto.
- Consumo preferente de productos biológicos.

PRODUCTOS EXÓTICOS

#### **4.2.4. Campañas.**

Estas son unas de las actividades de mayor trascendencia de las que se han realizado para la difusión del comercio justo y el consumo responsable. De una parte, por considerar que su realización respondía a una necesidad prioritaria a juzgar por los resultados de los estudios elaborados y, también, por la dimensión y el alcance de los recursos empleados, tanto en lo que se refiere al número de destinatarios como al impacto obtenido.

Básicamente, las campañas de difusión se han correspondido con algunas de las Campañas de Navidad que el Instituto de Consumo lanza tradicionalmente coincidiendo con unas fechas en las que el gasto familiar se dispara y la receptividad a los mensajes de sensibilización y concienciación incorporados a dichas campañas crece considerablemente.

El empleo de los medios de comunicación (prensa, radio y TV) en estas campañas potencia la capacidad de difusión convirtiéndolas en auténticos agentes informativos como lo demuestra el incremento de la actividad comercial subsiguiente observada en las tiendas de comercio justo de la región.

Quizás, el empleo de las nuevas tecnologías contribuya, aún más, en un futuro próximo, a promover efectos multiplicadores en la propagación de la información en la medida que Internet (páginas web, blogs, redes sociales, etc.) amplía, de modo importante, la capacidad viral de transmisión de los contenidos de estas campañas.

Para ilustrar estos contenidos, a continuación se reproducen distintos elementos (carteles, folletos, números especiales de la revista "Reseñas de Consumo", concursos de cartas a los Reyes Magos, guías de juguetes, soportes promocionales, compact disc's y musicassettes, etc.) que componían algunas de las que se han llevado a cabo en estos últimos años.

Diciembre 2000 número 24

# RESEÑAS DE CONSUMO

ESPECIAL  
NAVIDAD  
2000

**+ Calidad  
Solidaridad**

**Comercio  
Justo**

Sumar  
para  
Restar

Productos  
de calidad

Comercio Justo  
La alternativa al comercio convencional

Feliz Navidad Solidaria

ESPECIAL  
NAVIDAD  
2000

No hay que preocuparse de si hay o no un producto de calidad.  
 No hay que preocuparse de si hay o no un producto de calidad.  
 No hay que preocuparse de si hay o no un producto de calidad.  
 No hay que preocuparse de si hay o no un producto de calidad.

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejo de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

Otóno-Invierno 2002 número 31

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejo de Sanidad

# RESEÑAS DE CONSUMO

feliz

consumo  
responsable: saludable,  
sostenible y solidario

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejo de Sanidad

Diciembre 2001 número 28

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejo de Sanidad

# RESEÑAS DE CONSUMO

Medita tu elección  
de compra

sé solidario, practica  
el comercio justo y  
el consumo responsable

Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
 Consejo de Sanidad

Especial Navidad 2001

RESEÑAS DE CONSUMO

## Mensaje Navideño del Consejero de Sanidad.

*Esta es una carta nunca escrita por una niña africana que no sabía escribir.*

Queridas amigas y amigos, no sé bien qué deciros ni cuántos os acordéis, pero los recuerdo tanto. Tengo doce años y pienso que, tal vez, podré ser una hija suya o una hermana pequeña, a lo que me da mucha más ilusión en una noche terrible de poca lluvia para ir a este lugar.

Trabajo desde los ocho años, como mis otros hermanos y hermanas. Algunos murieron ya. Pero yo no sé por qué mi corazón se empieza a mover latiendo contra toda lógica. Será porque sabe que están sanando allí lejos, guardando mi esperanza.

No he sido compasiva, sino injusta. No he sido limosina, sino derechos.

Si que me es fácil. Si que muchas veces problemas para llegar a fin de mes, pagar las hipotecas, comprar la ropa y el reparto de sus hijos, la luz, el agua, el autobús y ahora los regalos de Reyes y luego la cuenta de energía y muchas cosas más.

Pero yo pienso que una persona no puede ser feliz, completamente feliz, si sabe que aquí abajo y en otras partes del mundo muchas personas sufren de hambre y mueren trabajando como esclavos. Estoy segura de que sería más feliz si ahora me pudiese ir con ellos y defender también nuestros derechos al defender los suyos.

Por supuesto, al ir a comprar al supermercado, preguntarme ¿dónde se hizo este juguete, o estas zapatillas, o de dónde viene el cacao que lleva el chocolate? Y así que lo que compramos garantiza formas de producción justas, que respetan a los trabajadores, que respetan la naturaleza, que no destruyen los bosques en los días, que invierten los beneficios en el desarrollo local, en la educación, en la salud. Por supuesto exigiendo a las grandes compañías farmacéuticas que bajen los precios de las medicinas para nuestros países. Exigiendo a los gobiernos leyes para un comercio justo, un comercio solidario. Apoyando los programas de cooperación, apoyando el voluntariado, apoyando el reconocimiento de los derechos universales de la persona en todo el planeta.

Cada decisión de cada persona es importante. Puede cambiar el mundo. Porque la playa más hermosa se hace vacía con el grito de arena.

Y si alguna vez veo a un hermano mío que ha crecido el rubio, reconocido en el tren de aterrizaje de un avión, o en una pista, y sigue vivo, refulso con afecto, viéndolo como a una buena persona, no quiero quedarme nada. Solo quiero vivir.

No sé si os encontraremos algún día. Pero espero que los quiero. Que los recuerdo. Y cada vez que al tomar una decisión pienso en mi vida me acuerdo de ellos y me inspira. Y mi corazón seguirá latiendo. No puedo ofrecer nada, pero en casa en la calle me siento más vacía. Sin embargo tus regalos el poder de salvar una vida y cambiar el mundo.

Y los deseo toda la felicidad.

El Encarcelado Leticia Corredor  
 Consejero de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.





En ese sentido, podemos hacer muchas cosas: lo primero es tener conciencia de esta realidad de cosas y sermoneando de una forma rotunda, tomar partido por las personas, seguir el "camino del corazón", ser nosotros los protagonistas de "nuestra" globalización con rostro y ternura.

Por otro, y para evitar esos abusos, es lo que habría que añadir las expresiones que sufre el medioambiente, los ciudadanos (como desahucio, mercado al Consumo Justo y el Consumo Responsable), el bienestar que podemos promover como consumidores conscientes y responsables, como ciudadanos, en el acto de comprar, realizar una actividad ética que contribuya no a la explotación, sino a que el productor que cultiva o manufactura el artículo que adquirimos pueda llevar una vida digna y plena, al tiempo que se rescaten los derechos.

*Vale la pena el unan naves (Latín).*



RESEÑAS DE CONSUMO

El consumo responsable cubre, para definirlo como el acto de adquirir o promover, o que un producto o servicio sea ofrecido en una relación calidad/precio merecida, o una información en todo a competencia, calidad de prestaciones suficientes, con que, además, genere que contribuya a un proyecto económico con calidad social y medioambiental que respeta, incluso en el momento de desarrollo sostenible.

Los activos de las 84 personas más ricas, superan el PIB de China, el país más poblado, con 1.200 millones de habitantes.



Y ese cambio en nuestros hábitos de consumo, que hace posible la mejora en las condiciones de vida de los productores y en el respeto al medio-entorno y social, es así otorgando, en gran medida, gracias al labor de concienciación e información desarrollada por las organizaciones que promueven el Consumo Responsable y el Comercio Justo.

Consideramos, finalmente, que la Administración y los movimientos asociados, el de Consumidores, especialmente, no pueden quedar al margen de estas circunstancias, más bien el contrario: tienen mucho que aportar y pueden contribuir a que el Comercio Justo y la producción responsable en el consumo sean normas frecuentes.

*Jed pt, eck gell ngit ar (Sueco)*

14

Otro contraste sorprendentemente es la riqueza de las 225 personas más ricas en comparación con lo que se necesita para lograr el acceso universal a los servicios sociales básicos para todos.

**JUEGA LIMPIO: BALONES DE FÚTBOL HECHOS CON DIGNIDAD NO A LA EXPLOTACIÓN LABORAL DE LA INFANCIA TALON, PAKISTANTALON, PAKISTANTALON, PAKISTANTALON, PAKISTAN**

.....balones procedentes de un grupo de productores de Comercio Solidario de Pakistán, que cumple con las siguientes garantías:

- libre de trabajo infantil
- libre de explotación laboral
- igual remuneración de hombre y mujer
- derechos sindicales
- pago de un precio justo

Este proyecto ayudará a muchas familias pakistani a incrementar la producción de balones HECHOS CON DIGNIDAD como medio de mantenimiento en la difícil situación socio-económica en la que se encuentran.

Igualmente, la explotación laboral de la infancia se considera una gran lacra de este siglo. Este año hemos sido participantes, colaboradores e observadores de la Marcha Global contra el trabajo infantil.

*Pachayeyku s' p'achayen wachayaku si necun yodem (Sueco)*

RESEÑAS DE CONSUMO

Esta compañía cuenta en el valle si no tuviera alguna forma de comunidad. Y la mejor forma son actitudes y actividades de hecho que pueden contribuir a la eliminación de los peores tipos de trabajo infantil. Tenemos obligación de reportar con la labor de sensibilización para que esta realidad no siga en el círculo, y de hacerles partícipes de medidas que faciliten la eliminación de esta lacra.

El tema es complejo. En la situación actual es imposible el acceso de eliminar el trabajo infantil o cercarlo. Para así en nuestro mundo, mejorar el trabajo adulto, pagar de forma más justa, crear condiciones laborales y financieras que permitan la subsistencia de los productores para que no les sea necesario y vital recurrir a la mano de obra de sus hijos, como ingreso familiar adicional, o incluso beneficiar por las estructuras multinacionales.

Razón:

El beneficio actual es menor de obra más barata (rápida empresa como Nike, Reebok, y las compañías de franquicia que producen dirigidas como ellas por el hecho de trabajo infantil).

- ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA TALON
- ONG que acompaña el proyecto productivo Gophite

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA:**  
La ciudad de Sialkot y alrededores, Pakistán.  
La Expak: Iniciativa de Economía Alternativa y Solidaria (IDEAS), en Córdoba, Madrid, con quien trabajó el grupo de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla-La Mancha, en nuestra región.

Se estima que el costo de lograr y mantener acceso universal a la enseñanza básica para todos, atención básica de salud para todos, atención de salud reproductiva para todas las mujeres, alimentación suficiente para todos y agua limpia y saneamiento para todos es aproximadamente de 44 mil millones de dólares por año. Esto es inferior al 4% de la riqueza combinada de las 225 personas más ricas del mundo.

TALON tiene en la ciudad de Sialkot y alrededores una red de pequeños talleres productivos que se denominan Village based working units. El trabajador como es común por tener. Según los datos facilitados existen 78 centros (o cooperativas) distribuidos aquellos grupos que se encuentran abastecidos a su mismo edificio pero que son dirigidos exclusivamente por hombres o por mujeres que emplean a 125 hombres y 514 mujeres (un 28% aproximadamente -porcentaje que incrementa progresivamente con el tiempo de mantenimiento y asistencia de los distintos miembros de EFTA). Talon es propietario de seis de dichos centros, tiene aquellos 5 y 4 resto funcionan con subcontratistas (pero no supuesto con una supervisión y monitoreo estricto pero que se cumple todos los criterios del Comercio Justo: un sueldo digno, mujeres e el acceso a agua potable, requisitos sanitarios

*Jogyn noc el bene unio (Francés)*

16

nivel laboral, luminosidad, ventilación, hidratación, los centros subterráneos por Tulum no tienen permisos para aceptar pedidos de otras compañías.

Las mujeres han mostrado un preferencia por trabajar en el hogar - en vez de desplazarse al

**LOS PAISES INDUSTRIALES TIENEN 147 DE LOS 225 PERSONAS MÁS RICAS DEL MUNDO. Y LOS PAISES DE DESARROLLO 78. AFRICA TIENE SOLAMENTE UNO EN SU LISTA DE RICOS.**

lugar para trabajar, a pesar de que su sueldo disminuye entre 45 veces aproximadamente comparado con el sueldo que reciben en los centros. Pero también admiten que la "limitación" de movimiento a los niños en estos centros estaba presente además.

Tal vez paga semanalmente salarios base lo que la diferencia de otras compañías que sólo pagan una vez al mes, pero el pedileo está complicado y embalsado.

La ONG Geopélibé que acompaña el proyecto, y lleva a cabo programas de asistencia

*Tung hi tsin nien tsing che shen tan (Chino Tradicional).*



adicionales, asegura el marco de mejoras educativas, sanitarias, educativas y productivas.

**CONTEXTO GENERAL:** La ciudad de Shikohat está en el Noroeste de Pakistán, suburbio tradicional de la industria de gama deportiva. Tiene más de 300.000 habitantes, de los cuales unos 20.000-25.000 personas están ocupadas en esta industria. El producto principal son balones de fútbol. En cuanto a volumen comercial, constituyen el 50% de la exportación de gama deportiva de Pakistán. El 80% de la producción mundial de balones proviene de Shikohat.

La industria de gama deportiva constituye uno de los pocos sectores de ingresos para la mujer en una sociedad musulmana. Las mujeres, según dice, tienen los Children (ordenado, 1997), constituyen un 55% de la mano-de-obra en esta industria.

RESEÑAS DE CONSUMO

**\*TRABAJO INFANTE EN LA INDUSTRIA DEPORTIVA EN LA ZONA**

Según un estudio de Suno the Children hay unos 7.000 niños trabajando en la industria de gama deportiva en Shikohat, constituyendo un 20% del número familiar, y con una jornada media de 10 horas que no permite la asistencia al colegio.

En Tulum no hay niños menores de 16 años trabajando.

**\*FONDO SOCIAL:** Al comprar balones de Tulum, el comprador del mundo de Comercio Justo - consumiendo un precio que es un 25% por encima del precio de mercado en Pakistán (por balón 1.3 Euros). Esta suplementación se le paga a los niños más desfavorecidos, un fondo para mejorar su bienestar social a los trabajadores (hecho más cercano a la industria deportiva en Pakistán), y para mejorar la

**Distribución de las 225 personas más ricas por región:**  
OCDE (Países industrializados): 143  
ASIA: 43  
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: 22  
ESTADOS ÁRABES: 11  
EUROPA OCCIDENTAL: 1  
AFRICA AL SUR DEL SAHARA: 2

*Many children and a happy new year (Inglés)*

industria (costura, calzado, costura, etc.) de la comunidad.

Apartir de este fondo social, la ONG Geopélibé ha desarrollado un programa de asistencia a las familias de los trabajadores que consiste en la concesión de microcréditos (de una media de 20.000 Rupees, unos 3000 euros), con el fin de fomentar fuentes de ingresos alternativas (para montar una tienda, comprar un caballo, etc.). Se han ido a la concesión tienen las familias de trabajadores a Tulum, y una familia, desde anteriormente había sido trabajadora de la industria de balones, para facilitar otras fuentes de ingresos y no depender de la mano-de-obra infantil para el sustento de la familia.

**\*SAHAROS DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS**

El salario es un aproximadamente 35% más elevado que en la industria tradicional de producción de balones. Esta mejora salarial permite, en su vez, preverir de la mano de obra de los niños trabajadores.

Según los informes de Tulum, los primeros 6 meses de formación los trabajadores reciben 1.500 rupias, y tras este periodo pasan a cobrar 4.000-5.000 Ru, a través del pago por pieza realizada, y puede cobrar aproximadamente 5.000 Ru. Al año, los trabajadores que no requieren especialización en pagados con 2.500 rupias.

En los últimos dos años se han mejorado los estándares de trabajo, pero la necesidad de pagar se ha hecho más en el primer pago donde se ha cobrado un extractor para la ventilación, se ha comprado un ordenador personal, así como se está permitiendo gratis, así como se está permitiendo gratis.

RESEÑAS DE CONSUMO

**ARTÍCULO DE PRESENTACIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO DE COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE**

El 24 de abril del presente 2001 la Junta de Coordinación de Castilla La Mancha, a través de la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Castilla-La Mancha, en el marco de la Coordinación de ONG de Castilla-La Mancha para realizar actividades de sensibilización e información en materia de Consumo Responsable y Comercio Justo. Para ello se creó el Grupo de Trabajo de Comercio Justo y Consumo Responsable de la Coordinación Regional.

Con este convenio se hace visible dentro el mandato de las Cortes Regionales que en el año 1999 aprobamos una proposición de ley de desarrollo del Comercio Justo en Castilla-La Mancha y promovimos la creación del Consejo Justo y Solidario.

Desde el momento de la firma del convenio, el Grupo de Trabajo y la Dirección General de Consumo han realizado y continuarán realizando actividades destinadas a acercar a los ciudadanos de nuestra región conceptos tales como Consumo Responsable y Sostenible, Economía Alternativa y Solidaria, etc.

El grupo de trabajo de Comercio Justo y Consumo Responsable es la entidad que se ha creado para dinamizar, orientar, transmitir y volcar. Nuestro objetivo es la formación de una ciudadanía responsable en sus hábitos de consumo, reflexiva en sus actuaciones, informada y participativa.

Creemos que: "La importancia que tiene el hecho de reducir la compra diaria transaccional, con muchos de los productos de la cesta, más en nuestro día a día que la economía ha devenido globalizada. No se centra

además en el aspecto de conocer que estas zapatillas de marca han sido fabricadas por mano de obra, y que tanto hombres como mujeres en talleres trabajaban desde los horarios de 14 a 16 horas de trabajo más la norma de cada día, lo que tal vez supiere cierta satisfacción por mejorar un nivel de satisfacción.

Uno de los aspectos de conocer que estas zapatillas de marca han sido fabricadas por mano de obra, y que tanto hombres como mujeres en talleres trabajaban desde los horarios de 14 a 16 horas de trabajo más la norma de cada día, lo que tal vez supiere cierta satisfacción por mejorar un nivel de satisfacción.

Ante una tipo de situación, no podemos olvidar la compatibilización que tenemos los usos con los otros, y cómo es necesario promover el bienestar colectivo, no debemos quedar atrapados entre los terribles situaciones que están viviendo trabajadores y trabajadoras como nosotros en los últimos países del planeta." (Exposición de un artículo de CASO/NO RESPUESTA)

Para el Comercio Responsable, no sólo se corrigen como un análisis de calidad social de la que compramos y adquirimos. También de un modo equitativo - deberíamos encontrar los aspectos desvirtuados y las falas metodológicas que nuestro sector consume. No se recuerda con facilidad de que cada comprador, al recibir los productos, tiene a 4 veces por partido (tanto que ello perduran una parte de producción los grandes sectores). "De "Que pagamos los demás", artículo de Jordi Casanov.

*Wichtig herauf in ein geliebtes niemand (Alemán)*

Como en el primer momento todo el personal especializado quedaba expuesto en el sueldo de los balones que progresivamente cuando los sueldos más elevados, así como, se han formado a cabo un taller de formación para incorporar a las mujeres en esta labor.

El dinero subvencionado en los centros de formación del Comercio Justo estaba destinado a educación y a cubrir otros estudios. Para distribuir los fondos de educación se destinaron a los centros de consumo, iniciando que ellos mismos subvencionaron las familias "más necesitadas". Sin embargo, ellos recibieron aproximadamente esta idea alguna que todas las necesidades e hicieron una contribución en vez de siempre libros de texto sólo para unos cuantos profesores pagados libros de educación para todos. Y así se han ido a la atención médica más digna y preventiva y más en casos de cáncer, apendicitis, pedis, diabetes artificiales, operación de cataratas.

Para la mejora en la producción y gestión de estos fondos se propone la creación de una nueva organización controlada en Shikohat, cuyo objetivo final de desarrollo de la comunidad con especial atención a las

competencias educativas y sanitarias. Para ello se abrieron talleres, una gran micro-empresa, una gran educación y asistencia sanitaria y la mejora para administración (para facilitar la transparencia y claridad en la gestión).

En su principio se pretendía que los gastos anuales por dichos centros de cobertura de totalidad con los intereses generados por el fondo depositado en la cuenta bancaria, pero las expectativas no se cumplieron porque el segundo médico subvencionado se canceló a los familiares de los trabajadores. Finalmente se llegó al acuerdo de que a priori Tulum contribuyese con 25.000 Ru mensuales (lo que equivale a los ingresos en concepto de intereses generados por el primer "fondo" pagado por el Comercio Justo).

Actualmente este fondo también se está utilizando para suministrar apoyo a los grupos productivos de base en las últimas partes, y en las siguientes condiciones: 200.000 Ru por mes (libre de impuestos).

50.000 Ru para apoyo a la compra mensual (20 años, 60 días cada uno y 80 Ru por día)

Para por enfermedad (10 días a 80 Ru/día)

*Tula chikotaypana kishikayimasi o hamasisi shikohat (Inglés)*



RESEÑAS DE CONSUMO

Efectivamente nuestra intención es autocrítica que antes de decidir comprar un producto nos preguntamos la necesidad real de adquirirlo, y que luego, si la necesidad nos conduce a la necesidad efectiva de comprar, llegamos en cambio a algunas reflexiones sociales y ecológicas. De igual manera que preguntamos el precio, pedimos producción: ¿Quién lo ha producido? ¿En qué condiciones laborales? ¿Han intervenido niños en la fabricación? ¿Se ha respetado el medio ambiente? ¿Se respaldan o perjudican, o están en peligro de extinción? Las respuestas algunas de ellas se las otorgamos pasando después de medida de la salud o involucrar de algunos productos, para nosotros los consumidores, y para los trabajadores que los han fabricado o producido.

Como grupo de trabajo de Consumo Responsable y Comercio Justo, nos hemos

**CAFÉ CON SABOR A JUSTICIA**

¿Cuánto queremos pagar por una cantidad estándar de café? ¿Cuál para quién? En el mundo que vivimos, depende, lo que se dice depende, no es lo mismo. El 16% de los habitantes nos consumen el 85% de las cosechas, mientras el 85% restante debe contentarse con el 15% que les dejamos. Entre nosotros, concretamente en sector productivo enorme concretamente los cafetaleros. En África, Asia y América millones de hombres y mujeres sobreviven con la venta del café, y decimos sobreviven porque la actividad económica que obtienen de esta venta no les vale para subsistir. Pero si contamos las empresas multinacionales que compran que los comercios que finalmente llega a nosotros como objetos de beneficio. Cuando pagamos por una taza o por un paquete de café, lo que consumamos es el resultado de un proceso, desde la producción hasta los costos de producción como el control, la importación, el transporte y la mano de obra de los trabajadores que consumen que nos sirven el café. Pero el productor

recibe el 5% de nuestro precio. En el Norte se quedan al menos el 90% de los beneficios derivados de la comercialización de café. ¿Cuál para quién?



Pasar que la responsabilidad de esta evidente injusticia no sea nadie es complejo. No negamos la cuota de culpabilidad que les corresponde a las políticas económicas que se afanan en producir el libre mercado de África y Latinoamérica mientras imponen desorbitados aranceles a la importación de los productos que a Unión Europea (UE) y EEUU.

Esta campaña cuenta en el vacío o no tienen alguna forma de continuidad. La mejor forma son acciones y actividades de hecho que permitan contribuir a la eliminación de los peores formas de trabajo infantil. Tenemos obligación de seguir con la labor de sensibilización pero que sea comunitario.

El grupo de trabajo ha decidido acercar el Café de Comercio Justo a los consumidores de Castilla-

*Buen mañana o fibra como nunca (Jubano)*

La Mancha. Para ello intentamos introducir un colador de manera respetuosa con el medio ambiente por las cooperativas EMAS (China y KAJERA) y Tantanin en Universidad y Administraciones Públicas de nuestra región.

El café de Comercio Justo es café para todos. El café de una calidad pero el comercio es el café.

**MÉTELE UN GOL A LA EXPLOTACIÓN INFANTIL. BALONES HECHOS CON DIGNIDAD**

Los jugadores procedentes de un grupo de productores de Comercio Solidario de Fútbol de Comercio Justo (CJ), compite con los siguientes garantías:

- Libre de trabajo infantil.
- Igual remuneración de hombre y mujer.
- Derechos sindicales.
- Pago de un precio justo.

Este proyecto ayudará a muchas familias pobres y mejorará la producción de balones HECHOS CON DIGNIDAD como medio de sostenimiento de la difícil situación socioeconómica en la que se encuentran.

Ignoramos, la explotación laboral de la infancia se considera una gran falta. De este tipo. Este año hemos sido participes, colaboradores y observadores de la Marcha Global contra el trabajo infantil.

Esta campaña cuenta en el vacío o no tienen alguna forma de continuidad. La mejor forma son acciones y actividades de hecho que permitan contribuir a la eliminación de los peores formas de trabajo infantil. Tenemos obligación de seguir con la labor de sensibilización pero que sea comunitario.

**TRABAJO INFANTIL EN LA INDUSTRIA DEPORTIVA EN LA ZONA**  
 Según estadísticas de ILO de Chile en 1990 más de 7.000 niños trabajaban en la industria de gama deportiva en Chile, constituyendo un 23% del ingreso familiar, y con una jornada media de 10 horas que no le permiten la asistencia al colegio. En Talca un hijo más morosidad de 10 años trabajando.

calidad humana para el producto. Lo cooperativo calderón desde los proyectos socio-educativos de deporte. Se desarrolla la gestión familiar. Pero también es un proyecto del Norte. Lo es en la medida que control el mundo porque han comenzado a ser responsables de la legislación que se concreta en nuestro país. Cambiar el modo de vivir en nuestros tiempos.

su carga en el día, y de muchos participes de medidas que facilitan la eliminación de este hecho.

**MÉTELE UN GOL A LA EXPLOTACIÓN INFANTIL. BALONES HECHOS CON DIGNIDAD**

Los jugadores procedentes de un grupo de productores de Comercio Solidario de Fútbol de Comercio Justo (CJ), compite con los siguientes garantías:

- Libre de trabajo infantil.
- Igual remuneración de hombre y mujer.
- Derechos sindicales.
- Pago de un precio justo.

Este proyecto ayudará a muchas familias pobres y mejorará la producción de balones HECHOS CON DIGNIDAD como medio de sostenimiento de la difícil situación socioeconómica en la que se encuentran.

Ignoramos, la explotación laboral de la infancia se considera una gran falta. De este tipo. Este año hemos sido participes, colaboradores y observadores de la Marcha Global contra el trabajo infantil.

Esta campaña cuenta en el vacío o no tienen alguna forma de continuidad. La mejor forma son acciones y actividades de hecho que permitan contribuir a la eliminación de los peores formas de trabajo infantil. Tenemos obligación de seguir con la labor de sensibilización pero que sea comunitario.

**TRABAJO INFANTIL EN LA INDUSTRIA DEPORTIVA EN LA ZONA**  
 Según estadísticas de ILO de Chile en 1990 más de 7.000 niños trabajaban en la industria de gama deportiva en Chile, constituyendo un 23% del ingreso familiar, y con una jornada media de 10 horas que no le permiten la asistencia al colegio. En Talca un hijo más morosidad de 10 años trabajando.

**4.2.5. Otras actividades de difusión.**

También se incluyen a continuación reseñas de otras actividades informativas y divulgativas menos convencionales que las anteriores (revistas, libros, dípticos y trípticos, etc.), pero que contribuyen a dar a conocer y difundir la economía solidaria y el consumo responsable, como son las artes escénicas (cine, teatro,...), las exposiciones (carteles, fotográficas,...), los actos institucionales (conmemoraciones, entregas de premios, reconocimientos,...) o cualquier otra actividad de carácter lúdico, entretenimiento o similares, sobre las materias en cuestión.

**- Actos institucionales**





El Presidente de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha D. José María Barreda Fontes hizo entrega del premio regional a la protección y defensa de los consumidores, en marzo de 2006, a DIDESUR -ONG Dignidad y Desarrollo para el Sur-, por su contribución al desarrollo del Comercio Justo en Guadalajara. Anteriormente, en el año 2002 le fue concedido este premio a la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha, por la labor desarrollada en la región.



Conmemoración en Albacete del Día Mundial del Comercio Justo, organizado por la Asociación Tiempos Educativos, la Universidad Regional, el Programa de Ciudades por el Comercio Justo de Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, IDEAS, y el Instituto de Consumo. En el acto, celebrado en mayo de 2009, participaron unas 300 personas entre escolares, profesores y profesionales del Comercio Justo.

Además, las distintas organizaciones de comercio justo en la región convocan anualmente actos de conmemoración con motivo del citado Día Internacional del Comercio Justo, como el referido en la invitación adjunta.

**SETEM** **SETEM-CLM tiene el placer de invitarle a:**  
**II CELEBRACION DIA INTERNACIONAL DEL COMERCIO JUSTO**  
**en Talavera de la Reina**

El próximo día 9 de Mayo de 2009 en SETEM-CLM :

10.30 a 11.30 a.m. Curso de Comercio Justo  
11.30 a 12.00 a.m. Memoria de actividades 2008 SETEM- PROYDE  
12.30 a 13.00 Rueda de Prensa  
13.00 a 13.15 "Pon tus sueños al viento"  
13.15 a 13.30 Degustación de productos de Comercio Justo.

**SETEM-Castilla-La Mancha**  
**Avd. Constitucion 23, locales 44-45**  
**Centro Comercial "Nuevo Centro"**  
**Talavera de la Reina (Toledo)**

Colabora:  


Se ruega confirmen asistencia:  
Tlf. 925 68 28 44  
castillalamancha@setem.org

- *Cine.*

Una parte fundamental de las actividades divulgativas de la economía solidaria y el comercio justo está basada en el empleo de audiovisuales, y más en concreto, la celebración de videoforum y proyecciones de documentales, reportajes y películas que abordan dichos temas o materias relacionadas, en las que se difunden interesantes experiencias y se ofrece un conocimiento próximo e inmediato de la realidad que afecta a los países productores del Sur.



Proyección del documental  
**"Raposas Serra do Sol  
La Lucha Decisiva"**

Realizado por CIPO y la ONG Pueblos Hermanos

Colabora:



ENTRADA LIBRE-GRATUITA hasta completar aforo

DÍA y HORA: MARTES 6 DE OCTUBRE DE 2009 a las 20.00 h.  
SETEM Castilla-La Mancha. Avenida Constitución nº 23,  
"Nuevo Centro" 2ª Planta locales 44-45. Talavera de la Reina (TOLEDO)  
Tfno. 925 68 28 44 [castillalamancha@setem.org](mailto:castillalamancha@setem.org)

*Setem*

- *Teatro.*

También el teatro ofrece excelentes oportunidades para la información y divulgación del consumo responsable y la economía solidaria, aunque su capacidad de propagación de los mensajes resulta menos eficiente que la distribución de audiovisuales como se puede desprender de la complejidad logística que conlleva la puesta en escena de una obra de teatro.

No obstante, compañías y grupos de teatro comprometidos socialmente colaboran y participamente activamente con organizaciones de comercio justo a través de creaciones y montajes alternativos que suponen herramientas muy valiosas para la sensibilización de las personas consumidoras, especialmente del colectivo infantil.

A continuación se reseña una de estas obras que, financiada por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, el grupo de teatro Narea representó en distintos puntos de la región con un gran éxito. Se acompaña, igualmente, sinopsis de sus contenidos.



**SINOPSIS**

"Soñando al Sur", es un espectáculo de creación propia, en el que hemos querido transmitir desde un escenario una realidad trágicamente desigual entre el mundo "desarrollado" y el resto de lugares en los que el derecho esencial a lo más básico se encuentra, por acción u omisión, en las más remotas fantasías.

Sin abusar de ninguno clase de dramatismo exagerado ni oportunista, se hace una comparación entre la vida cotidiana de los habitantes de cada uno de los lados de la balanza norte-sur.

Y como en este asunto esto casi todo más o menos (mejor o peor) dicho (aunque tal vez no atendido), nosotros no hemos querido decir absolutamente nada. El espectador que se siente frente al espectáculo "soñando al sur" verá de una manera dinámica y directa, diferentes "fábulas" todas ellas con moralejas a nuestro entender esenciales a la hora de forjar unos valores de justicia y equidad.

Hemos querido bailar con la solidaridad, contra la explotación infantil, con la igualdad de género, con el comercio justo, con la ecología...

y con todo ello, y un mucho más. ¡Chas! "Soñando al Sur" intentará que al otro lado de la sala se acabe soñando al Norte.

- *Exposiciones.*

Otras de las actividades informativas útiles para la concienciación de la población acerca de estos temas son las exposiciones que se organizan para poner en contacto directo a sus destinatarios con textos e imágenes potencialmente reveladores como los utilizados en los diferentes soportes de dichas exposiciones: paneles informativos, carteles, fotografías, etc., sin descartar todo tipo de muestras en las que se presentan las expresiones y manifestaciones cultural, artística y artesanal de los pueblos y gentes objeto de difusión y promoción.





- *Entornos virtuales.*

El empleo de las nuevas tecnologías, como ya se ha dicho, facilita en gran medida el alcance y acceso de las actividades informativas y divulgativas. Es cada vez más frecuente sustituir los soportes convencionales por los electrónicos o digitales, tanto para la difusión de contenidos como para establecer comunicación con los destinatarios en las tareas de convocatoria y sensibilización.

En este apartado cobra especial importancia el papel de las redes sociales aunque su abordaje excede de los objetivos de esta publicación. No obstante, merece la pena destacar que los entornos virtuales son una



¡Participa en el II curso de cocina con productos de Comercio Justo!

By angeluc28

¿Te gustaría aprender algunas deliciosas recetas con productos de Comercio Justo?

Ven al curso **gratuito** que SETEM Castilla-La Mancha organiza en colaboración con la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en la **Tetería Shams** (Avd.Príncipe 37, Talavera de la Reina, Toledo) el **domingo 13 de diciembre desde las diez de la mañana hasta las dos de la tarde**.

**II CURSO DE COCINA**  
con productos de **COMERCIO JUSTO**

Fecha: Domingo 13 de Diciembre de 2009  
Lugar: "Tetería Shams"  
Avd.Príncipe 37, Talavera de la Reina (Toledo)  
Hora: De 10:00 a 14:00 h.  
Coste: Gratuito  
Para reservar plaza:  
Inscríbete en [castillalamancha@setem.org](mailto:castillalamancha@setem.org) /  
925 68 28 44

Las inscripciones son hasta completar aforo, así que date prisa y completa tu inscripción mandando un correo a: [castillalamancha@setem.org](mailto:castillalamancha@setem.org), también puedes llamar al: **925 68 28 44**.

Ven y añade a tus platos un sabor más solidario colaborando en el desarrollo de las comunidades del SUR!!!

Etiquetas: Castilla-La Mancha, Cocina, Comercio Justo, Cursos de cocina, Recetas, SETEM, Toledo

Esta entrada fue publicada el 4 de Diciembre de 2009 y está archivada bajo las categorías Comercio Justo, Eventos, Noticias. Puedes seguir las respuestas de esta entrada a través de anotación RSS 2.0. Tanto comentarios como ping de momento quedan desactivados.

### 4.3. Actividades formativas y educativas

Antes de detallar la diversidad de actividades formativas y educativas desarrolladas en Castilla La Mancha, en relación con el consumo responsable y la economía solidaria, puede ser interesante conocer las bases metodológicas sobre las que se asientan estas actividades.

Al respecto, a continuación se indican aquellos objetivos didácticos que se consideran claves en cualquier propuesta en esta área de actuación. Pero previamente es necesario anticipar que estas actividades didácticas y pedagógicas son esenciales en la medida que los cambios que se persiguen afectan al campo de las actitudes y los valores, y en este ámbito dichos cambios requieren de un horizonte temporal lejano que debe, sin embargo, ser cuidado día a día con esmero ya que los resultados sólo se observan a largo plazo.

Por ello, la planificación y la evaluación permanente, que permita la revisión y retroalimentación de los modelos diseñados, son de vital importancia cuando se quieren poner en marcha programas formativos y educativos encaminados a producir cambios de calado social como son aquellos a los que se aspira desde estas páginas.

A su vez, estas actividades presentan una serie de peculiaridades que permiten ser analizadas de forma separada, formativa o educativa, según la siguiente propuesta conceptual. Más allá del diferente espacio pedagógico empleado y el perfil de sus destinatarios, la formación representa un escalón superior en la evolución de conocimientos que proponen, básicamente, las actividades informativas y divulgativas.

En consecuencia, no sólo profundiza en los contenidos sino que capacita para la práctica correspondiente a las personas así formadas habilitándolas para la acción cualificada que se requiera. Por su parte, la educación, incorpora la información a la personalidad, conductas y comportamientos, de las personas consumidoras, influyendo y modificando, en su caso, actitudes, valores y creencias, a la vez, que instaura y consolida nuevos hábitos de consumo responsable.

Obviamente, esta función primordial de la educación se ve favorecida intensamente con la precocidad con que se lleven a cabo las actividades pertinentes, por lo que la educación a temprana edad resulta más eficaz que en la población adulta.

Desde una perspectiva reduccionista, se simplifica el par complementario formación/educación en un binomio aptitud/actitud que responde a los diferentes objetivos estratégicos que persiguen ambas estrategias.

Por tanto, la formación, preferentemente, se dirige bien a profesionales y técnicos, bien a la población en general, mediante un abanico de actividades entre las que se comprenden, frecuentemente, las jornadas y encuentros, o los cursos y seminarios, que se corresponden con grados crecientes de duración y especialización pero claramente diferenciados de los contenidos meramente informativos de una conferencia, un programa en medios de comunicación o un soporte divulgativo.

De otra parte, en el terreno educativo se encuadrarían todas aquellas iniciativas que se imparten tanto en el ámbito escolar como extraescolar con la comunidad educativa (profesores, alumnos, madres y padres de alumnos) y, también, en el universitario.

Derivado de este planteamiento de partida se estructura este epígrafe dando a conocer aquellas actividades más destacables desarrolladas en Castilla La Mancha en esta última década.

### **4.3.1. Educación para un consumo responsable.**

#### *4.3.1.1. Objetivos didácticos para la educación del consumo solidario.*

- Identificar los factores que intervienen en la formación del precio en un producto proveniente de los países más desfavorecidos.
- Diferenciar las características del comercio justo de las del comercio injusto.
- Identificar algunos indicadores socioeconómicos de los países más empobrecidos relacionados con el intercambio desigual.
- Localizar los países con una elevada deuda externa y relacionarlos con la función que desempeñan en el comercio mundial.
- Discernir situaciones de nuestra vida cotidiana en las que se manifiesta el comercio justo.
- Situar el origen y la evolución del actual sistema de comercio internacional.
- Identificar la especulación, el acaparamiento y el papel de los intermediarios como fuentes de acumulación de capital del comercio injusto.
- Reconocer los itinerarios de los principales flujos comerciales de materias primas y de productos agrícolas entre países subdesarrollados y países desarrollados ("*trazabilidad social*").
- Reconocer el papel de las empresas transnacionales en el comercio mundial.
- Explicar las diferentes causas que actualmente posibilitan el intercambio desigual.
- Relacionar la dependencia económica de los países empobrecidos con la degradación medioambiental.

- Comprobar que el traslado de la producción de empresas de países desarrollados a países subdesarrollados les permite a aquellos rebajar los costes de producción y aumentar los beneficios.
- Conocer instituciones y organismos relacionados con el comercio justo y reconocer sus actuaciones.
- Hacernos conscientes de que las relaciones comerciales justas pueden mejorar las economías de los países empobrecidos.
- Valorar positivamente la práctica del comercio justo y relacionarla con la garantía de calidad de los productos que consumimos.
- Identificar el valor social y ecológico que tienen los productos de comercio justo.
- Proponer acciones dirigidas al comercio justo y conocer otras alternativas desde la economía solidaria.

#### ***4.3.1.2. Enfoques de la educación de las personas consumidoras***

La educación para un consumo responsable supone un salto cualitativo en el planteamiento y metodología que comporta su desarrollo. Así, el enfoque tradicional está centrado en preparar al niño/a para la sociedad de consumo (autoprotección) mientras el enfoque de progreso apunta a promover sensibilidad, inquietud y actitud para el cambio social desde la conducta de consumidor.

#### **Desde esta última orientación se pretende:**

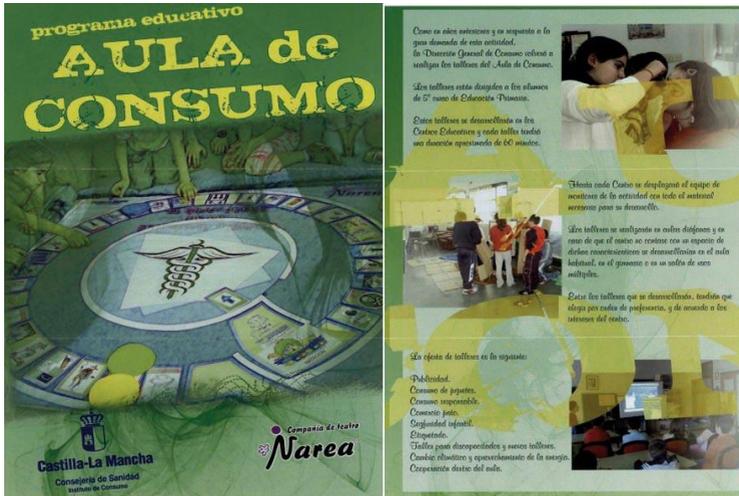
- Instaurar y consolidar hábitos saludables.
- Generar alternativas de desarrollo personal.
- Fomentar actitudes basadas en valores humanos.
- Aprendizaje de conductas y pautas de comportamiento responsables.
- Contribuir a la riqueza de conocimientos.
- Provocar inquietud para la transformación social.

Para la gestión de estas actividades educativas se requiere de una serie de recursos y actividades, tanto convencionales o genéricos (formación de formadores/docentes; elaboración de materiales didácticos; edición de recursos audiovisuales e interactivos; celebración de concursos y certámenes; etc.) como específicos (talleres itinerantes; representaciones/role playing; Centros de Formación del Consumidor; aprendizaje lúdico: ludotecas y parques infantiles; educación on-line; etc.), algunos de los cuales son tratados con más detalle en los siguientes epígrafes.

#### 4.3.1.3. Programa “Aulas de consumo responsable”

Este programa, desarrollado por el Grupo de Teatro Narea, consiste en la realización de talleres didácticos en el aula, para que de modo ameno y práctico, transmitir conceptos y motivar comportamientos activos en relación con aspectos del consumo responsable (ecología, comercio justo, alimentación, publicidad, seguridad de los productos, etc.).

El alcance de esta valorada actividad educativa se puede concluir de las cifras correspondientes a 2009: 332 talleres realizados en 167 colegios con una participación total de 8.278 alumnas y alumnos.



**Talleres de Consumo**



**Objetivos generales**

1. Colaborar con la creación de hábitos saludables, conscientes, responsables y saludables.
2. Formar a los educadores que operan directamente de los centros y proporcionarles una metodología que les permita el desarrollo de sus actividades.
3. Aprender mediante el juego y el teatro.
4. Conocer los recursos disponibles que existen en el entorno y utilizarlos para mejorar la calidad de vida de los consumidores.
5. Desarrollar las habilidades de negociación, resolución de conflictos, liderazgo y habilidades comunicativas en el ámbito del consumo, para que logren a su vez influir en el consumo responsable.

Estos objetivos se han conseguido, ya que los talleres han participado y actuado en todos los centros educativos y han alcanzado un gran número de personas que se han comprometido.

**Talleres de Consumo CASTILLA-LA RANCHA**

No debemos olvidar el marcado carácter didáctico y sensibilizador del que gozan estos talleres, aspecto perfectamente reflejado en el público participante en estos temas de forma activa y participativa.

**Talleres realizados**

**Taller de PUBLICIDAD**  
Para la realización de este taller se formó un grupo de trabajo. En este grupo se realizaron un juego, dibujos, historias y poesía, creando finalmente los propios vídeos de los que se han hecho videos animados.

**Taller de JUGUETES**  
En la realización de este taller los niños han realizado muy buen trabajo y se han hecho vídeos que se han enviado a los padres para que los vean y les enseñen a jugar con ellos de una manera responsable.

**Taller de COMERCIO JUSTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE**  
Gracias a este taller los niños han podido ser conscientes de las diferencias entre los países ricos y los países pobres. Han conocido un poco más el comercio justo y han visto que ellos también son responsables de lo que compran y de cómo se producen los productos que consumen.

**Trabajo con DISCAPACITADOS**  
Este año hemos querido introducir estos talleres también en los centros de discapacitados y hemos tenido un momento de los niños que se han dedicado a hacer un video que se ha hecho en un taller.

El taller que se ha trabajado con ellos es el de Comercio Justo. Los alumnos han participado muy activamente en el taller, han dibujado con sus familias y con los temas de comercio justo y desarrollo sostenible.

#### 4.3.1.4. Centros de Formación del Consumidor.

Los Centros de Formación del Consumidor (C.F.C.) son espacios permanentes que disponen de estructuras, recursos y materiales didácticos preparados para que los escolares, preferentemente, y la ciudadanía, en general, puedan tener un contacto directo con los temas cotidianos, desde la óptica del consumo responsable, en entornos que recrean escenarios y situaciones reales.

Se trata, pues, de concienciar y sensibilizar mediante la puesta a disposición de quienes los visitan los elementos necesarios para un aprendizaje aplicado, lúdico y práctico a través de la observación, la identificación y manipulación de objetos de la vida cotidiana; en definitiva, de valorar críticamente el impacto de la sociedad de consumo sobre el medio y aprender a consumir actuando de forma responsable según criterios de saludabilidad, seguridad, solidaridad y sostenibilidad.

Las visitas programadas a los Centros de Formación del Consumidor no sólo implican la asistencia y acompañamiento de personal monitor sino que suelen conllevar tanto una actividad previa en el centro educativo de preparación de los contenidos como otra actividad posterior de evaluación de la visita. No obstante, fuera de las actividades programadas el C.F.C. también contempla la posibilidad de acceso abierto para grupos concertados de asociaciones de consumidores y otros colectivos, y para ciudadanos en particular.

La actividad de estos C.F.C. permite mantener un contacto permanente con la población escolar en períodos vacacionales y no lectivos a través de la oferta de actividades de carácter lúdico que complementan la función educativa y convierten a los centros en un referente formativo de la vida social del municipio y comarca en que se encuentre.

### **El valor intrínseco de los C.F.C. radica, por tanto, en su:**

- Impacto didáctico, por sus factores de incertidumbre (novedad), interés entorno lúdico), acción (experiencia propia), retención y recuerdo de los conocimientos inferidos.
- Efecto multiplicador, ya que genera aceptación y demanda.
- Necesidad de diseños progresivos/ rotación de talleres. Es clave conceder a los C.F.C. una visión no sólo transversal de la educación sino también un enfoque longitudinal que permita avanzar en los contenidos adecuándolos al desarrollo madurativo e intelectual de la población escolar, lo que requiere una planificación y evaluación minuciosa de la actividad.
- Metodología basada en el aprendizaje cooperativo.
- Uso vacacional. El ocio como tiempo para crear hábitos.

La actividad de la red de C.F.C. en Castilla La Mancha (actualmente, siete centros más uno móvil que acerca itinerantemente la práctica educativa a los escolares que no pueden desplazarse a dichos centros) queda plasmada si atendemos a los datos de participación obtenidos durante 2009: 37.181 asistentes las 2.037 actividades desarrolladas.



**CASTELA LA MANCHA**

**Centro de Formación del Consumidor de Albacete**



**¿Qué conocemos?**

- Realizar el alumno en la identificación de alimentos según su función.
- Describir los hábitos de alimentación saludable.
- Reconocer la importancia de una buena alimentación.
- Identificar características de la dieta y saber aplicarlas.
- Conocer procesos productivos de los alimentos.
- Reconocer hábitos de análisis y control.
- Conocer el papel de algunos aditivos alimentarios.
- Describir la importancia del etiquetado y la publicidad.

**Investigaciones**

**¿Qué es el momento, y desde su existencia, han variado el Come más de 1.000 alimentos, que recorren los mercados reducidos en grupo de 30 a 25.**

**¿En lo que va de año (2003) ha sido la registrada la participación de 3.300 alumnos, de los que 1.600 corresponden a las actividades de la escuela de verano de los meses de julio y agosto.**

**El objetivo es que sea dirigida las actividades de este Centro en el fortalecimiento de las escuelas (Educación Infantil, Primaria y Secundaria), por un**

**Dinámica de actividades**

El programa educativo se basa en la realización de actividades orientadas para los niños se contact con material didáctico de apoyo y fichas de trabajo para los alumnos.

Las actividades realizadas por los alumnos se basan en la observación dirigida y en la participación directa en cada taller.

La secuencia general de las actividades es la siguiente:

- >>> Charla para introducir al alumno en el tema del taller que se va a realizar.
- >>> Prevención de material audiovisual.
- >>> Juego de rol y otras actividades prácticas en busca de información.
- >>> Realización de la ficha de actividades.
- >>> Puesta en común de los resultados obtenidos.

**¿Qué es el momento, y desde su existencia, han variado el Come más de 1.000 alimentos, que recorren los mercados reducidos en grupo de 30 a 25.**

**¿En lo que va de año (2003) ha sido la registrada la participación de 3.300 alumnos, de los que 1.600 corresponden a las actividades de la escuela de verano de los meses de julio y agosto.**

**El objetivo es que sea dirigida las actividades de este Centro en el fortalecimiento de las escuelas (Educación Infantil, Primaria y Secundaria), por un**

**Dinámica de actividades**

El programa educativo se basa en la realización de actividades orientadas para los niños se contact con material didáctico de apoyo y fichas de trabajo para los alumnos.

Las actividades realizadas por los alumnos se basan en la observación dirigida y en la participación directa en cada taller.

La secuencia general de las actividades es la siguiente:

- >>> Charla para introducir al alumno en el tema del taller que se va a realizar.
- >>> Prevención de material audiovisual.
- >>> Juego de rol y otras actividades prácticas en busca de información.
- >>> Realización de la ficha de actividades.
- >>> Puesta en común de los resultados obtenidos.

ÁREA	UNIDAD DIDÁCTICA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
ALIMENTACIÓN	¿Qué conocemos?	• Realizar el alumno en la identificación de alimentos según su función. • Describir los hábitos de alimentación saludable. • Reconocer la importancia de una buena alimentación. • Identificar características de la dieta y saber aplicarlas. • Conocer procesos productivos de los alimentos. • Reconocer hábitos de análisis y control. • Conocer el papel de algunos aditivos alimentarios. • Describir la importancia del etiquetado y la publicidad.	<b>Escuela de alimentos</b> Los hábitos de los alimentos Alimentos en los países De dónde viene el queso y su rol De dónde viene el aceite ¿Qué es?
	Investigaciones	• Reconocer hábitos de análisis y control. • Conocer el papel de algunos aditivos alimentarios. • Describir la importancia del etiquetado y la publicidad.	<b>Laboratorio</b> Experimentos sencillos Pasta y queso Elaboración sencilla productos Galletitas
SUPERMERCADO	¿Qué es el momento, y desde su existencia, han variado el Come más de 1.000 alimentos, que recorren los mercados reducidos en grupo de 30 a 25.	• En lo que va de año (2003) ha sido la registrada la participación de 3.300 alumnos, de los que 1.600 corresponden a las actividades de la escuela de verano de los meses de julio y agosto.	<b>Mini-mercado</b> Luzes para comprar Comprar en línea Los alimentos El precio de los alimentos ¿Cómo comprar mejor? ¿Qué significa mejor?
	¿Qué es el momento, y desde su existencia, han variado el Come más de 1.000 alimentos, que recorren los mercados reducidos en grupo de 30 a 25.	• En lo que va de año (2003) ha sido la registrada la participación de 3.300 alumnos, de los que 1.600 corresponden a las actividades de la escuela de verano de los meses de julio y agosto.	<b>El diseño</b> • Conocer el valor de los alimentos. • Conocer el precio de los productos. • Realizar una campaña publicitaria. • Identificar el número de los productos. • Conocer de que tipo de alimentos. • Interpretar el estado del alimento.
COMERCIO JUSTO	¿Comercio justo?	• Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas.	<b>Mago maula</b> Hacerlo bien, No-Sea Bueno del comercio justo Principios productivos Comercio sostenible
	¿Comercio solidario?	• Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas.	<b>Ludoteca</b> Jugar en otros mundos
COMERCIO JUSTO	Un mundo de juegos y juguetes	• Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas. • Activar a los alumnos a los países para problemas.	<b>Taller de juguetes</b> Juguetes

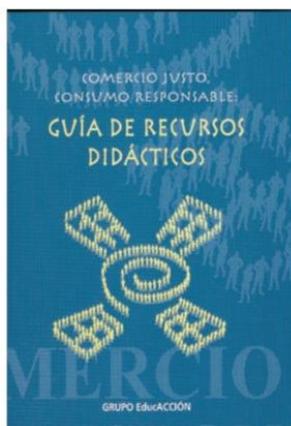
Revista  
Red de Educación del Consumidor  
Segundo semestre 2003  
Nº 2

12

13

#### 4.3.1.5. Materiales didácticos.

Entre los materiales didácticos se pueden incluir desde las guías de recursos hasta las revistas de divulgación pasando por cuadernos de talleres y otros soportes educativos (fichas, videos, cd's interactivos, dvd's, programas informáticos, juegos, etc.). A continuación se reseñan algunos de esos materiales.





La Dirección General de Consumo (precedente del actual Instituto de Consumo de Castilla La Mancha) patrocinó, junto con la Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha, una guía de recursos didácticos sobre el comercio responsable y solidario elaborada por el Grupo “EducACCIÓN”, de Alcázar de San Juan (Ciudad Real), y dirigida a los docentes de los centros escolares de la región. En esta publicación se recopila toda la información disponible y el material editado sobre comercio justo y consumo responsable elaborado por las diferentes organizaciones no gubernamentales como Intermón, Manos Unidas, Sodepaz, Solidaridad Internacional, Unicef o ACNUR.

También se reflejan actividades en revistas como la de la Red de Educación del Consumidor, de ámbito nacional.



### SESAMO de Comercio Justo

¿Sabías que las semillas de sésamo son ricas en ácidos grasos y alimentan nuestro cerebro?

Este diminuto tesoro alimenticio es **una interesante fuente nutritiva** originaria de África y de la India. Aunque en la actualidad, los principales países productores incluyen también a China, Birmania y Sudán.

Sus semillas oleaginosas aportan **grasas insaturadas** (ac. oleico y omega 6), **lecitina**, (más que la soja), por lo que son muy adecuadas para regular los niveles de colesterol, el sistema nervioso y cardiovascular.

Además contiene hierro (recomendable para periodos de debilidad o anemia), proteínas, zinc (previene la infertilidad masculina) y calcio lo que es aconsejable durante el embarazo y la menopausia mejorando la rigidez de las articulaciones. Su contenido en **fibra** es ligeramente laxante, estimulando así la digestión. Es un estupendo reconstituyente que aumenta la inmunidad natural y combate las reacciones alérgicas e inflamatorias. Su contenido en **Vitamina E** (antioxidante) ayuda a prevenir el envejecimiento y el cáncer

El sésamo, forma parte de muchos medicamentos cosméticos porque su aceite es excelente para la piel: aplicado como crema nutritiva protege la piel del envejecimiento celular y la suaviza.

Se puede consumir entre otras formas como: aceite de sésamo, gomasio (semillas trituradas con sal), tahina (pasta usada en hummus, pate de berenjenas,...)

Sésamo



#### **4.3.1.6. Programas y proyectos educativos.**

Las actividades educativas, en ocasiones, se enmarcan en programas y proyectos más amplios, tanto en su concepción como en su desarrollo produciendo un efecto más duradero e integral que las acciones de carácter puntual. Al respecto, se reseñan a continuación algunas de estas iniciativas llevadas a cabo en la región que, en el caso de Ozonalia, forma parte, a su vez, de un proyecto suprarregional.



Plan Nacional Educación del Consumidor y Registro Semestre 2006

## Objetivos del Milenio a través del CONSUMO RESPONSABLE



**• Nos complace presentar el material educativo que por segundo año consecutivo llega a sus manos gracias a la colaboración entre la Consejería de Sanidad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y UNICEF.**

Este cuaderno para educadores permite trabajar de forma lúdica y participativa el fomento de hábitos críticos de consumo. En esta ocasión hemos vinculado el consumo responsable a la acción ciudadana encaminada al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio adoptados por Naciones Unidas en el año 2000. El cuaderno incluye tres unidades didácticas con un diseño detallado, así como la información necesaria para diseñar sus contenidos.

Se trata de propuestas adaptables a las necesidades y características de cada grupo, y pueden resultar válidas para alumnos de secundaria y últimos años de primaria. Es por tanto un diseño abierto que el educador puede tomar como apoyo para la elaboración de sus propias unidades didácticas, o bien emplear directamente haciendo copias de las partes que sean de su interés.

Objetivo del Milenio a través del CONSUMO RESPONSABLE CASTILLA-LA MANCHA

UNIDAD DIDÁCTICA DE IGUALDAD DE GÉNERO

UNIDAD DIDÁCTICA DE ESTABLECIMIENTO DE UN EMPLEO DIGNO Y EXOTICACIÓN LABORAL INFANTIL

UNIDAD DIDÁCTICA DE MEDIO AMBIENTE SOSTENIBLE

LAS 3R DEL CONSUMO RESPONSABLE: REDUCE, REUTILIZA, RECYCLA





- Ozonalia.

**OZONALIA**  
CONSUMO RESPONSABLE  
Y COMERCIO JUSTO



**CUADERNO DIDÁCTICO**  
CASTILLA-LA MANCHA



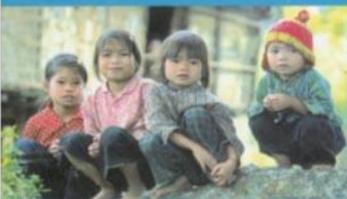
Para saber la historia:  
Email: [ozonalia@unicef.org](mailto:ozonalia@unicef.org)  
Web: [www.unicef.org](http://www.unicef.org)

unicef

**OZONALIA**  
CONSUMO RESPONSABLE  
Y COMERCIO JUSTO  
UNICEF-COMITÉ ESPAÑOL



**UNIDADES DIDÁCTICAS**



Para saber la historia:  
Email: [ozonalia@unicef.org](mailto:ozonalia@unicef.org)  
Web: [www.unicef.org](http://www.unicef.org)

unicef

El proyecto “Ozonalia” de UNICEF-Comité Español consiste en la realización de materiales didácticos con el objetivo de promover el comercio justo y el consumo responsable entre los niños, niñas y adolescentes. Los materiales de difusión están compuestos por tres unidades didácticas que deben desarrollar los alumnos de la región.

La primera unidad didáctica responde al título “El pantalón viajero” y tiene como objetivo investigar sobre el origen de nuestras prendas de vestir, las condiciones de producción, y las diferencias entre los países del norte y del sur.

La segunda unidad responde al epígrafe “Los juguetes, ¿se tienen que comprar?”. Su fin último es recuperar los juegos y juguetes tradicionales como pretexto para reflexionar sobre el binomio diversión-consumo; sensibilizar a las familias y al entorno social sobre el tema; promover el diálogo intergeneracional mediante el intercambio de experiencias dentro de las familias, y desarrollar la capacidad de trabajo en grupo.

La última unidad lleva el título “Un mundo sin agua”, y se plantea sensibilizar a los participantes sobre las distintas formas de usar el agua en otros países del mundo. Al final de la publicación aparece una ficha de evaluación de materiales didácticos.




El Gobierno analiza la información sobre consumo responsable  
 presentada por el Observatorio del Desarrollo para el Medio,  
 según existen algunas páginas web de referencia:

[www.azonalia.org](http://www.azonalia.org)  
 Web sobre comercio justo y consumo  
 responsable del UNICEF, Comité Español

[www.aztredate.org](http://www.aztredate.org)  
 Web del programa Etredate por UNICEF

[www.e-comerciojusto.org](http://www.e-comerciojusto.org)  
 Web de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo

[www.comercioconjusticia.org](http://www.comercioconjusticia.org)  
 Web de comercio justo de Jonatan Delam

[www.idasa.coop](http://www.idasa.coop)  
 Web de la Cooperación Internacional del Mundo

[www.comerciojusto.es](http://www.comerciojusto.es)  
 Web de la Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha

[www.fam.es/familia/comsumo/index.htm](http://www.fam.es/familia/comsumo/index.htm)  
 Portal online consorte de la Comisión de Seguridad de  
 Castilla-La Mancha. Incluye una guía de consumo responsable

[www.rivivegga.com](http://www.rivivegga.com)  
 Web de prensa digital de empresas sociales de  
 Castilla-La Mancha. Incluye de sostenimiento, economía,  
 salud, juegos, archivos descargables...

[www.consumohastamorti.org](http://www.consumohastamorti.org)  
 Web sobre consumo de Ecologistas en Acción

[www.sinecousa2015.org](http://www.sinecousa2015.org)  
 Web encargada de la campaña por el cumplimiento  
 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

[www.pobrezacero.org](http://www.pobrezacero.org)  
 Campaña de la Coordinadora de ONGD de  
 España por los Objetivos del Milenio

Para más la información:  
 Salud, Educación, Género, Protección  
 del Medio Ambiente y Justicia



- **Vive el comercio justo**



Bajo el lema “Vive el Comercio Justo”, alumnos, maestros, padres y autoridades celebraron en Albacete el 45º Aniversario del Día Escolar de la No Violencia y la Paz con un acto que tuvo lugar en el Teatro de La Paz. Los centros educativos, 42 en total, participaron activamente en el acto con la elaboración de manos realizadas con todo tipo de materiales como signo y gesto de apoyo al comercio justo.

### - **Construyendo juntos**

“Construyendo juntos” fue un programa diseñado por Asgeco-Unccue para introducir los principios cooperativistas en la escuela. La educación para el cooperativismo de consumo se apoyaba en una serie de materiales didácticos para docentes y para el alumnado con contenidos específicos para cada uno de los cursos de los distintos ciclos educativos.

Estos cuadernos temáticos se complementaban, a su vez, con una serie de recursos lúdicos para el ejercicio de juegos y experiencia de aprendizaje cooperativos en el aula. Como se puede deducir, no sólo se pretendía dar a conocer el cooperativismo de consumo sino también inculcar, progresivamente, sus valores a través de la práctica solidaria en contraste con la habitual competitividad del mundo que nos rodea.



También, en ocasiones, las actividades educativas se llevan a cabo en origen, es decir, en el marco de acciones de cooperación con los países productores del Sur como son los casos del proyecto desarrollado por la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes de Castilla La Mancha (F.U.C.I.) en Guatemala, y el llevado a cabo por la Fundación Humanismo y Desarrollo F.E.D.A., de Ecuador, en cooperación con Uccue. Ambos proyectos, de los que se incluyen reseñas a continuación, son financiados por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha.

- **Proyecto en Guatemala sobre consumo responsable**



La responsable de la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Almodovar del Campo (Ciudad Real), Nuria Ñacle, viene desarrollando desde 2003, en el departamento guatemalteco de Chiquimula, el proyecto "Contexto cultural y capacitación de mujeres para el consumo responsable en la región maya-chortí de Guatemala". En principio el proyecto se formuló como apoyo a un programa de alfabetización de mujeres. Las mujeres participantes eran indígenas chortís de las aldeas de los municipios de Jocotán, San Juan y Camotán.

Además, con este proyecto se entregaron aparatos de radio a las mujeres y, durante estos años, se ha emitido un Programa Radial de Consumo en Radio Chortí, la emisora de mayor difusión en la zona indígena del oriente de Guatemala con programas sobre: sanidad, higiene en el hogar, higiene de los alimentos, salud materno-infantil, prevención de enfermedades, ahorro de agua, deforestación, cambio climático, contaminación del medio urbano y del medio rural, asociacionismo, derechos del consumidor, garantías, compras y ventas, etiquetado de los productos, participación pública de la mujer, medicina natural, etc.

El programa ha ido evolucionando año tras año y así, hasta Jocotán, Chiquimula, Esquipulas y Copán han viajado las mujeres desde las aldeas para asistir a capacitaciones tales como conocer la ruta del café orgánico (sin pesticidas y con abonos naturales), o realizar en un centro comercial talleres de etiquetado, compras y facturación -las mujeres por primera vez comparaban precios, leían etiquetas y podían elegir entre diferentes productos-.



## LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR UN PODER A RESPETAR

Con el apoyo de:



18/05/2009

Informe de acciones realizadas y resultados

Este documento resume las experiencias obtenidas y los logros del trabajo que se realizó en varios Colegios de Quito (Ecuador) con el apoyo del Instituto de Consumo de Castilla la Mancha, de Unccue-CLM y de la Fundación Humanidad y Desarrollo.

Para el logro de estas actividades, El Director del Proyecto Guido Herrera, contactó con las entidades educativas gubernamentales en la Provincia de Pichincha, las cuales están representadas por medio de la Dirección Provincial de Educación de Pichincha. El Ing. Luis Calle, actual Director en funciones, recibió una solicitud para que coordinen con los colegios fiscales y fisco misionales que considere reúnan las características necesarias como para poder ser beneficiarios de las actividades propuestas; como efecto de lo cual se asignaron los siguientes colegios para la realización de las actividades:

Instituto Técnico Consejo Provincial de Pichincha, Manuela Cañizares, 24 de Mayo, Simón Bolívar, Montúfar, Gran Colombia. Siendo que la densidad de alumnos en cada colegio es muy grande se tuvieron que realizar varias charlas para poder incluir al alumnado, habiendo logrado cumplir nuestro compromiso de que por lo menos 200 alumnos Quiteños se beneficien de las charlas que proponía el presente proyecto.

Los objetivos contemplados en el proyecto son:

- 1) Difundir los derechos del consumidor.
- 2) Educar al consumidor sobre hábitos de consumo sanos y correctos.
- 3) Sensibilizar al consumidor en la importancia de su rol en la sociedad, respecto de las desigualdades norte sur.

#### **4.3.1.7. Concursos escolares.**

Las dos iniciativas de concursos escolares más destacables en Castilla La Mancha son el Concurso de Carteles, Cuentos y Cómic, conmemorativo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor y, por tanto, de carácter anual, del que se han convocado ya 13 ediciones (incluida la correspondiente al año 2010, convocada recientemente).

Este concurso dirigido a los distintos colegios de educación primaria de la región, contempla diferentes modalidades como indica su nombre: carteles, cuentos y cómic que desarrollen trabajos realizados en el aula en relación con la temática del consumo responsable, en especial, el consumo sostenible y el comercio justo.

Conviene apuntar que, además, de los premios ofertados para los distintos ciclos también se incluye una específica destinada exclusivamente a los grupos de escolares de educación especial.







### 4.3.2. Actividades formativas.

#### 4.3.2.1. Encuentros y Jornadas.

Este tipo de actividades formativas, como se dijo anteriormente, se llevan a cabo con el propósito de formar, bien a técnicos y profesionales, bien a la población en general en su potencial condición de voluntariado o de mediador, en sesiones cuyos objetivos pueden alcanzarse en un espacio de tiempo corto (de uno a tres días, generalmente).

En correlación con su duración el número de destinatarios a quienes se dirigen es más amplio que en el caso de los cursos y seminarios. Las temáticas a abordar, como se puede observar en los ejemplos reseñados, son variadas así como la metodología empleada.



## ***I Jornadas sobre el fomento de los criterios bio y justo en el consumo responsable***

Toledo acogió las I Jornadas sobre el Fomento de los criterios Bio y Justo en el Consumo Responsable, organizadas por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha en colaboración con la Federación de Municipios y Provincias.

Los temas tratados fueron los Impactos sociales y ambientales de los agrocombustibles, las fincas integrales, la producción de madera sostenible, y la publicidad engañosa y los biobusiness.

El objetivo de estas jornadas era reflexionar sobre los vínculos existentes entre las relaciones comerciales injustas y el deterioro del medio ambiente, así como también, dar a conocer “buenas prácticas” de producción ecológica y de Comercio Justo. Estas jornadas se enmarcan dentro de la campaña Bio & Justo, que IDEAS tiene en marcha, con la que apuestan por un sistema económico alternativo: "El Comercio Justo" en el que sostenibilidad económica, social y ambiental están íntimamente ligadas, creando las sinergias necesarias para el verdadero desarrollo de los pueblos.

**ciudad por el comercio justo**

**MI CIUDAD VIVE EL COMERCIO JUSTO**

**Programa**

8:30 - 9:00 Horas: Recepción y entrega de documentación  
 9:00 - 9:30 Horas: Inauguración  
 9:30 - 10:00 Horas: El Comercio Justo y la Responsabilidad Social Empresarial  
 10:00 - 12:00 Horas: La Administración Pública y la Compra Responsable  
 12:00 - 12:30 Horas: Café de Comercio Justo  
 12:30 - 14:00 Horas: La RC y los instrumentos de venta empresarial  
 14:00 Horas: Cierre de la jornada

**Objetivo de la jornada:**  
 Elaboración de la agenda de actividades de la jornada de Comercio Justo, Compra Responsable y Responsabilidad Social Corporativa.  
 Se pretende promover la adquisición de productos de comercio justo por parte de la Administración Pública y de la compra responsable a través de políticas de RC y de compra responsable.

**Dingido a:**  
 Responsables y personal técnico de sector empresarial, administración pública y tercer sector social.

**Inscripciones:**  
 La inscripción es gratuita y gratuita, pero se solicita poder proporcionar la foto de contacto de los participantes para poder elaborar el programa de actividades de la jornada de Comercio Justo, Compra Responsable y Responsabilidad Social Corporativa.  
 La inscripción se realiza a través de la siguiente dirección de correo electrónico: [inscripciones@ciudadpor.com](mailto:inscripciones@ciudadpor.com)  
 o a través de teléfono: 922.92.01.01, 922.92.01.02.

**IDEAS** auspiciada por la Dirección General de Economía y Consumo de la Consejería de Economía y Empleo del Gobierno de Castilla-La Mancha, en colaboración con el Ayuntamiento de Toledo, el Ayuntamiento de Ciudad Real y el Ayuntamiento de Cuenca.  
 Desde 2007 IDEAS trabaja en el ámbito del comercio responsable. Cuenta con el Comercio Justo España y el Instituto Tecnológico de Comercio Justo y Comercio Responsable de Toledo.  
 La jornada continuará celebrándose, siempre y en su lugar, anualmente.

**ORGANIZA:** FORTALECIDO POR: COLABORA:

**Jornada**

**EL COMERCIO JUSTO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA COMO HERRAMIENTA DE ÉXITO EMPRESARIAL**

Miércoles 11 de noviembre de 2009  
 Cámara de Comercio de Alicante  
 C/ Instituto Gálvez, 21. Alicante

**Jornadas sobre Soberanía Alimentaria y Deuda Ecológica**

Del 30 marzo al 2 abril 2009

Edificio de Sabatini  
 Campus "Antigua Fábrica de Armas"  
 Avd. Carlos III, s/n.  
 45071 Toledo.

**PRESENTACIÓN**  
 La aparición del moderno sistema Agroalimentario (producción intensiva de alimentos, comercio internacional, biotecnología, grandes cadenas de distribución alimentaria, publicidad, ...) ha cambiado el cómo y el qué consumimos y ha puesto la alimentación al servicio de la lógica del mercado y de la maximización de sus beneficios.  
 En este contexto global, el problema del hambre aparece, una vez más, como una consecuencia de este modelo, que nos presenta a la alimentación como una mercancía, más que a una necesidad real de alimentos en el mundo.  
 Con estas jornadas tratamos de: "brincos" sobre algunas de las propuestas más graves que el actual modelo tiene sobre el medio natural, la tierra y nuestra alimentación.  
 "Estudiar las posibles alternativas a este modelo desde el paradigma de la soberanía alimentaria y algunas prácticas agroecológicas existentes en la actualidad."

**INSCRIPCIONES**  
 Precio de inscripción: hasta el 26 de marzo  
 Precio: 5 euros

**ORGANIZA:** **VETERINARIOS SIN FRONTERAS**

**COLABORA:** **Castilla-La Mancha** **UCLM**

## Jornada de Compra Pública Ética y Sostenible



### Inscripciones

Los/as interesados/as en participar en la jornada, deberán descargar y rellenar la ficha de inscripción de la web [www.comprapublicaetica.org](http://www.comprapublicaetica.org) y enviarla a: [david.comet@ideas.coop](mailto:david.comet@ideas.coop).  
O bien llamar por teléfono al 923 191 280.  
La inscripción es gratuita.

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria) es una Organización de Comercio Justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable.

Desde 2005 IDEAS coordina en España el proyecto europeo Public Affairs/Compra Pública Ética (CPE), cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo. Consciente de la importancia que tiene la sensibilización y la difusión de información entre los implicados en procesos de contratación pública organiza estas jornadas con el fin de fomentar la Compra Pública Sostenible y políticas de apoyo al Comercio Justo en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, dar a conocer buenas prácticas a nivel nacional y dotar de materiales informativos a los interesados.

Más información:  
[www.comrapublicaetica.org](http://www.comrapublicaetica.org)



JORNADA DE  
COMPRA PÚBLICA ÉTICA

Jueves 12 de Octubre de 2008  
Salón de Actos de la I+D+i  
Diputación de Albacete  
(Paseo de la Libertad, nº 3)

ORGANIZA



ORGANIZA



COORGANIZA



COORGANIZA



COORGANIZA



COORGANIZA



Con ocasión de la 4ª edición de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, se celebró en Albacete una Jornada de Compra Pública, Ética y Sostenible en la que participaron unas cien personas.

Su objetivo prioritario era ofrecer un marco de reflexión sobre las posibilidades de la compra pública sostenible y acciones de apoyo al Comercio Justo en la Comunidad Autónoma de Castilla La Mancha, con expertos y representantes de administraciones que están desarrollando iniciativas en este campo.

Dos ponencias centraron la jornada: Marco legal de la compra pública: Inserción de criterios sociales y ambientales de acuerdo a la nueva Ley de Contratos del Sector Público, a cargo de Santiago Lesmes Zabalegui, Técnico de Compra Social del Centro de Recursos Ambientales de Navarra, y Metodología para la inserción de criterios de sostenibilidad en los procesos de contratación pública, por Ana Izquierdo Lejardi, Responsable del Área de Compra Verde de Bakeaz.

## JORNADAS COMERCIO JUSTO

Durante los últimos meses, y organizadas conjuntamente por la Coordinadora de ONGD de Castilla-La Mancha, la Dirección General de Consumo y la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla-La Mancha, han venido celebrándose en todas las provincias de la Región unas Jornadas de Consumo Responsable y Comercio Justo.

Dentro del contenido de las jornadas, se trataron las diversas cuestiones relacionadas con el Comercio Justo y el Consumo Responsable, agrupadas dentro de tres bloques temáticos:

- ¿Qué es el Comercio Justo?.
- ¿Qué es el Consumo Responsable?.
- ¿Qué podemos hacer para ser consumidores responsables y justos?.



## ECONOMÍA Y DERECHOS HUMANOS



El día 8 de noviembre y Presididas por el Director General de Consumo, D. Carlos Macía de Castro, tuvieron lugar en Ciudad Real las Jornadas "ECONOMÍA Y DERECHOS HUMANOS".

En estas Jornadas, organizadas por "Comunicación Joven", se trataron cuatro grupos temáticos:

- LA RESPONSABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS.
- ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA.
- COMERCIO JUSTO.
- CONSUMO RESPONSABLE Y CONSUMO SOSTENIBLE.

## CURSO DESARROLLO INTEGRAL DE LA PERSONA

Durante los días 19, 20 y 21 de noviembre, se ha celebrado en Toledo, en el IES "Universidad Laboral" y en el CPR de Toledo, un Curso sobre "DESARROLLO INTEGRAL DE LA PERSONA", destinado principalmente a profesores de enseñanza primaria y secundaria.

El curso ha sido organizado por las Consejerías de Educación y Cultura, Agricultura y Medio Ambiente, Sanidad, Bienestar Social, la Dirección General de Tráfico y el Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha, y dentro de su contenido interdisciplinar, en lo concerniente a Consumo, se han tratado las ponencias "Consumo responsable, saludable y seguro" y "Consumo solidario".



RESEÑAS DE CONSUMO

En ocasiones, el Instituto de Consumo -antes Dirección General de Consumo como ya se ha dicho-, también ha estado presente en los programas de eventos organizados fuera de la región, compartiendo las experiencias desarrolladas en Castilla La Mancha, algunas de ellas pioneras en el ámbito de la administración pública.



ASPECTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES EN EL CONSUMO RESPONSABLE  
(Propuesta DEFINITIVA)

13 de Mayo	14 de Mayo	15 de Mayo
<p><b>MAÑANA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El Comercio Justo De 9 a 11,00 horas</li> <li>✓ Marketing con causa De 11,25 a 12,59 horas</li> <li>✓ Carta "En proferir por un mundo solidario" y del 13 a 14 horas</li> </ul> <p>Carlos Ballesteros (GAP)</p>	<p><b>MAÑANA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consumo Responsable: Balances de Economía Solidaria, el poder del consumidor: <b>Balances de Economía Solidaria (Ecologistas en Acción)</b>-de 9 a 11 horas</li> <li>✓ Transgénicos <b>Diego Herrera (Ecologistas en Acción)</b> -de 11,25 a 12, 50 horas.</li> <li>✓ Etiqueta Energética <b>Alejandro Salcedo (Dirección Gral. Consumo-Junta Castilla La Mancha)</b>-de 12 a 14 horas.</li> </ul>	<p><b>MAÑANA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Agricultura Ecológica y Sellos Verdes <b>Pepe Copado (MAJADA)</b> de 9 a 11,15 horas.</li> <li>✓ Alimentación y Dietética Responsables <b>José Luis Mateo (Comercio Justo)</b> de 11,45 a 12,59 horas y de 12 a 14,00 horas.</li> </ul>
<p><b>TARDE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Útiles financieros alternativos De 17,00 a 18,30 horas</li> <li>✓ Empresas responsables y solidarias de 18,40 a 20,00 horas</li> </ul> <p>Nuria del Río (REAS)</p>	<p><b>TARDE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ "R" de Residuos: Reducir, Reciclar y Reutilizar <b>Julio Rato (Ecologistas en Acción-C. Real)</b> de 17,00 a 18,30</li> <li>✓ Productos ecológicos industriales <b>Enequias Hergueta (Emilio Rull (Greenpeace))</b> de 18,40 a 20,00 horas.</li> </ul>	

**DURACIÓN DEL CURSO:** 20 Horas.  
**DESTINATARIOS:** personal de la Junta relacionado con temas de Consumo.  
**NUMERO DE ASISTENTES:** 15 personas (22)  
**EDICIONES:** 1 en Toledo.

- Curso: "Alternativas de compra y consumo responsable" (Toledo, 6, 7, 8 y 9 de noviembre de 2007)

## Programa

### Martes, 6 de noviembre

9,00-12,00 h.- Contextos de Compra Responsable

Ponente: Alejandro Salcedo Aznal. Jefe de Servicio de Promoción y Protección del Consumidor de la Dirección General de Consumo.

12,00-15,00 h.- Inversión Socialmente Responsable.

Ponente: Nuria del Río Paracolls. Presidenta de RUFAS (Red de Útiles de Financiación Alternativa y Solidaria). Madrid.

16,00-19,00 h.- Grupos de Autoconsumo

Ponente: Gala Lorenzo Lobo. Coordinadora de la Red Andaluza de Consumo Responsable. Córdoba

### **Miércoles, 7 de noviembre**

9,00-12,00 h.- Software Libre

Ponente: Jesús Caravaca Ruíz. CALDUM, Usuarios y colaboradores de Software libre. Murcia

12,00-15,00 h.- Comercio Justo: Iniciativas y experiencias de compra pública ética.

Ponente: Roberto Ballesteros Ravone. Ideas. Córdoba

16,00-19,00 h.- Bancos de Tiempo.

Ponente: Julio Gisbert Quero. Responsable de Banco del tiempo. Zona norte Alcobendas. Madrid

### **Jueves, 8 de noviembre**

9,00-12 h.- Inversión Socialmente Responsable. Experiencias de Trueque.

Ponente: Luis González Reyes. Coordinador Estatal de Ecologistas en Acción. Madrid.

12,00-15,00 h.- Comunicación Alternativa. Otra forma de Consumo responsable.

Ponente: César Gabriel de Francisco. Miembro del Periódico Diagonal y de URCM (Unión de Radios Comunitarias de Madrid).

16,00-19,00 h.- Transporte Responsable. Transporte Sostenible

Ponente: Javier Ortega Díaz. Presidente de Grupo la Veloz Cooperativa. Zaragoza.

### **Viernes, 9 de noviembre**

9,00-12,00 h.- Cooperativismo de Consumo.

Ponente: Ana Isabel Ceballo Sierra. Secretaria General de UNCCUE

- *Curso: Consumo Responsable* (Toledo, 22, 23 y 24 de junio de 2004)

Programa

### **Martes 22 de junio**

9,00 h.- Recepción de asistentes y entrega de documentación.

9,30 h-10,30 h.- La corresponsabilidad a través del consumo

Ponente: Alejandro Salcedo Aznal.- Jefe de Servicio de Promoción y Protección del Consumidor de la Dirección General de Consumo de Castilla-La Mancha.

10,30 h-11,30 h.- Consumo saludable

Ponente: Miguel Angel Carrasco Bejar. Endocrino. Director Gerente del Hospital de Parapléjicos de Toledo.

11,30 h-14,30 h.- Mesa redonda: consumo saludable

### **Intervienen:**

-Fátima Rodríguez García. Jefa de Servicio de Sanidad Alimentaria de la Dirección General de Salud Pública.

-Miguel Angel Carrasco Bejar. Endocrino. Director General del Hospital de Parapléjicos de Toledo.

-M<sup>a</sup> del Pino Morales Socorro. Jefa de Servicio de Psiquiatría del Complejo Hospitalario de Toledo.

16,00 h-19,00 h.- Grupos de trabajo y debate de conclusiones coordinado por:

- Fátima Rodríguez García. Jefa de Servicio de Sanidad Alimentaria de la Dirección General de Salud Pública.

-M<sup>a</sup> del Pino Morales Socorro. Jefa de Servicio de Psiquiatría del Complejo Hospitalario de Toledo.

## **Miércoles 23 de junio**

9,00 h-10,00 h.-Consumo sostenible

Ponente: D. Roberto Bermejo Gómez de Segura. Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad del País Vasco, investigador de Bakeaz sobre Economía sostenible.

10,00 h-13,00 h.- Mesa redonda: consumo sostenible

### **Intervienen:**

- Javier Santamarta Álvarez. Jefe de Servicio de Desarrollo Sostenible de la Consejería de Medio Ambiente.

-Roberto Bermejo Gómez de Segura. Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad del País Vasco, investigador de Bakeaz sobre Economía sostenible.

- Josu Ugarte Gastaminza. Director de Bakeaz.

13,00 h-14,30 h.- Grupos de trabajo y debate de conclusiones coordinados por:

- Javier Santamarta Álvarez. Jefe de Servicio de Desarrollo Sostenible de la Consejería de Medio Ambiente.

-Josu Ugarte Gastaminza. Director de Bakeaz.

16,00 h-17,00 h.- Consumo ético. "Marketing solidario"

Ponente: Carlos Ballesteros García. Profesor de la Universidad Pontificia "Comillas"

17,00 h-19,30 h.- Mesa redonda: consumo ético

- Carlos Ballesteros García. Profesor de la Universidad Pontificia "Comillas".

-Roberto Ballesteros Ravone. Departamento de cooperación de Ideas. Córdoba.

-Alejandro Salcedo Aznal.- Jefe de Servicio de Promoción y Protección del Consumidor de la Dirección General de Consumo de Castilla-La Mancha.

**Jueves, 24 de junio**

9,00 h-12,00 h.- Grupos de trabajo y debate de conclusiones coordinados por:

- Roberto Ballesteros Ravone. Departamento de cooperación de IDEAS. Córdoba.

-Alejandro Salcedo Aznal.- Jefe de Servicio de Promoción y Protección del Consumidor de la Dirección General de Consumo de Castilla-La Mancha.

12,00 h-14,00 h.- La responsabilidad en la compra. El consumo eficiente.

Ponente: Javier Garcés Prieto. Licenciado en Derecho y Psicología. Asesor de la Unión de Consumidores de España. Autor de publicaciones en la materia.

16,00 h-17,30h.- La responsabilidad del consumidor frente a los riesgos.

Ponente: Esteban Escobar Domínguez. Jefe del Servicio de Inspección y Ordenación de la Dirección General de Consumo de Castilla-La Mancha.

17,30 h-19,00 h.- Derechos y deberes del consumidor. Marco jurídico.

Ponente: Eduardo Mora Cabo. Jefe de Servicio de Arbitraje de la Dirección General de Consumo de Castilla-La Mancha.

<b>JORNADAS DE CONSUMO</b>  <b>“CONSUMO RESPONSABLE”</b>  CUENCA, 21 DE MARZO DE 2002  Salones LATINO Paseo de los Alfárces, s/n CUENCA	9:30 h.	Recepción de asistentes
	9:45 h.	Inauguración a cargo del Director General de Consumo D. Carlos Macía de Castro y por la Subdirectora General de Información, Formación y Arbitraje del Instituto Nacional de Consumo Dª Rosa Sanchidrián Fernández.
	10:00-11:30 h.	Mesa Redonda. Consumo Saludable - <b>Alimentación</b> Dª Fátima Rodríguez García. Jefe de Sección de Inspección de la Dirección General de Consumo. - <b>Nutrición</b> Dª Pilar Guerrero Serrano. Jefe de Sección de Formación del Instituto Nacional de Consumo. - <b>Medicamentos</b> Dª Dolores Barreda Hernández. Jefe de Sección. Servicio Farmacia Hospitalaria. Hospital Virgen de la Luz de Cuenca.
	11:30-12:00 h.	Pausa
	12:00-14:00 h.	Mesa Redonda. Consumo Sostenible. - <b>Uso racional de la energía y etiquetado energético.</b> D. Alejandro Salcedo Aznal. Jefe de Servicio de Promoción y Protección de los Consumidores de la Dirección General de Consumo. - <b>Uso racional del agua.</b> D. Julio Magdalena Calvo. Jefe de Servicio de Consumo de la Delegación Provincial de Sanidad de Cuenca. - <b>Las tres R (reducir, reutilizar y reciclar).</b> Dª Carmina Holgado Torquemada. Jefa de Servicio de Consumo de la Delegación Provincial de Ciudad Real
	14:00-16:00 h. 16:00-17:45 h.	Comida Mesa Redonda. Consumo Solidario - <b>Comercio justo y etiquetado social.</b> D. Roberto Ballesteros. IDEAS-ONG - <b>Economía solidaria</b> Dª Mercedes García de Vinuesa. IDEAS - <b>Marketing solidario</b> D. Carlos Ballesteros García
17:45-18:00 h.	Clausura	

- *Curso Consumo Responsable* (formato on-line impartido por Ideas y organizado por la Federación de Municipios y Provincias de Castilla la Mancha en 12 bloques de 25 horas cada uno. Total duración: 300 horas equivalentes en presencial)

## Programa

### *Introducción al Consumo Responsable*

- Impacto ambiental e impacto social de nuestro consumo cotidiano
- Las tres R: Reutilizar, Reciclar, Recuperar
- Residuos: tipos, impacto de cada tipo y cantidades; normativa sobre reducción de embalajes y tóxicos
- Uso racional de los recursos

- Compra responsable, ecológica y solidaria

### ***El consumo y el medio ambiente***

- Introducción
- Situación ambiental de nuestro planeta
- Repercusiones medioambientales de nuestro consumo
- El Desarrollo Sostenible y la sustentabilidad ambiental
- Deuda Externa y Deuda Ecológica

### ***Uso sostenible y racional de los recursos***

Recursos Naturales: el medio natural como sustentador de la vida

- La Energía
- El Agua
- El Suelo
- La Materia Viva

### ***Consumo desde la perspectiva individual***

- La responsabilidad del individuo
- De lo global a lo local
- La Huella Ecológica: ¿cómo reducirla y proteger los derechos humanos?
- Transporte
- Alimentación
- Higiene
- Vivienda

- Campañas: acción social y denuncias
- Organizaciones medioambientales

### ***Agricultura Ecológica***

- Introducción a la Agricultura Ecológica
- Impactos del sistema agrario actual
- Principios de la Agricultura Ecológica
- Alternativas agroecológicas
- Los productos ecológicos y biológicos: de la producción al consumo
- Entidades que trabajan dentro del ámbito de la Agricultura Ecológica

### ***Consumo y Economía Solidaria***

- Principios fundacionales de la Economía Solidaria
- Tipología de organizaciones de la Economía Solidaria: asociaciones, cooperativas, mutuas, fundaciones, entidades de inserción, organizaciones de comercio justo
- Sectores de actuación:
  - Financiación y banca alternativa
  - Alternativas al dinero: intercambio y trueque
  - Comercio justo y solidario
  - Agricultura ecológica
  - Cooperativas de consumidores de productos ecológicos
  - Ecomensajería (empresas de mensajería en bicicleta)
  - Producción de energías renovables

- Reciclaje y comercialización de materiales procedentes de la basura
- Empresas de inserción socio-laboral de personas excluidas
- Agencias de noticias y publicaciones alternativas
- La Auditoría Social
- Panorama internacional
- REAS (Red de Redes de Economía Solidaria)

### ***Comercio Justo***

- Desigualdad Norte-Sur: sistema de comercio internacional y términos de intercambio
- La crisis del mercado de materias primas
- Proteccionismo de los países industriales
- Orígenes del Comercio Justo: el Comercio Justo como sistema innovador de Cooperación al Desarrollo
- Criterios del Comercio Justo. Métodos.
- Funcionamiento del sistema de Comercio Justo
- Relación con los productores
- Campañas de sensibilización y denuncia
- Organismos supranacionales: FLO (Fair Trade Labelling Organizations Internacional); IFAT (The International Fair Trade Association); NEWS (Network of the European World Shops); EFTA (European Fair Trade Association)
- Panorama del Comercio Justo español. Historia.
- Organizaciones.

- El Comercio Justo de cara a los consumidores

### ***La Responsabilidad Social de las Empresas***

- Responsabilidad Social Corporativa: conceptos, historia y desarrollo
- Limitaciones y retos en la concepción empresarial
- Los nuevos roles que la sociedad exige a las empresas
- ¿Qué es una empresa socialmente responsable?
- Pautas comunitarias sobre responsabilidad social
- Desafíos y oportunidades para sindicatos y organizaciones de consumidores
- Observatorios de R.S.C. en Europa y España

### ***Compra Pública Ética***

- ¿Qué es la Compra Pública Ética?
- Definición de Criterios Éticos
- Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo y directivas de la Comunidad Europea
- Diagnóstico y propuestas de mejora sobre los procesos y criterios de compra
- Programas de formación para funcionarios, técnicos y políticos
- Elaboración de pliegos de Licitación Pública

### ***Banca e Inversiones Éticas***

- Filosofía de mercado y sentido funcional de las finanzas sociales
- El objeto de las finanzas sociales y la innovación financiera

- Responsabilidad social de los agentes financieros
- Útiles financieros alternativos
- Productos bancarios con contenido social
- Fondos de inversión éticos y solidarios: herramientas para la sostenibilidad
- El microcrédito: su ubicación dentro de los instrumentos financieros sociales
- Entidades de crédito y bancarias éticas: panorama europeo y español

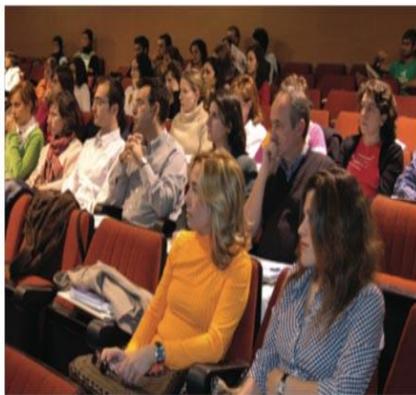
### ***Género, Consumo y Calidad de Vida***

- Pautas y comportamientos del consumo con perspectivas de género
- Publicidad y marketing sexista
- Impacto de nuestro consumo en las mujeres del Sur: feminización de la pobreza
- Situación de las mujeres productoras para transnacionales en el Sur: sistema de maquilas, explotación laboral infantil y explotación sexual
- Organizaciones y cooperativas de productoras de Comercio Justo: ejemplos de desarrollo sostenible y empoderamiento de las mujeres

### ***Publicidad y Consumo***

- Consumismo: Necesidades reales e inducidas, asociación de valores
- Publicidad engañosa, publicidad sexista
- ¿Ética en la publicidad? Códigos de conducta éticos, legislación de protección de los consumidores ante la publicidad engañosa
- Contra publicidad, ejemplos y acciones de denuncia: quienes nos protegen, asociaciones de consumidores y OMICS

## - Seminario "Economía Alternativa"



Con el objetivo de dar una visión global del sentido del comercio justo dentro del marco de una nueva economía solidaria de relaciones norte-sur, el salón de actos de la Escuela de Magisterio de Albacete fue el escenario donde se desarrolló el seminario titulado "Economía Alternativa".

El seminario fue organizado por la Universidad de Castilla La Mancha y el Centro de Comercio Justo Romero, y se enmarca dentro de las actividades subvencionadas por el Instituto de Consumo de Castilla Las Mancha para fomentar el comercio justo y el consumo responsable en la Comunidad Autónoma.

La primera ponencia fue ofrecida por el catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Castilla La Mancha, Juan Ignacio Palacio, que intentó responder al interrogante "¿Quiénes y cómo comercian a escala internacional? A su juicio, cuando se nos plantea la duda de cómo actuar con el fin de no contribuir a la desigualdad en el mundo, podemos empezar a tomar medidas desde el plano personal, pues a partir de ahí vendrán las intervenciones de las instituciones, de las regiones, de los gobiernos estatales y, por último, a nivel internacional. Si no hay un cambio de actitud de fondo a nivel personal, no se producirá nunca a nivel general.

A continuación intervino el coordinador del equipo de Economía Social y Estructuras Internacionales de Cáritas Española, Paco Aparador, que habló sobre los distintos tipos de cooperación y su repercusión. También intervinieron dos miembros de SODEPAZ, el vocal de sensibilización, Rodrigo Fernández y un responsable de su departamento de investigación,

José Verdú, quienes realizaron un recorrido histórico sobre el comercio justo, sus principios, realidad y futuro.

La profesora del departamento de Marketing de la Universidad Pontificia de Comillas, Carmen Valor, expuso el tema "Lo social en marketing: consumo responsable y marketing con causa", y por último, varios miembros de la Red de Comercio Justo en Castilla La Mancha hablaron sobre la situación del comercio justo y responsable en la región.

#### **4.4. Programas y proyectos específicos**

A continuación se detallan tres iniciativas del Instituto de Consumo de Castilla La Mancha en materia de economía solidaria que, por su trascendencia social, se consideran referentes en las políticas públicas de consumo donde se enmarcan. Estas iniciativas son: la creación y desarrollo de una red interadministrativa de compra pública ética y solidaria en Castilla La Mancha; la participación de distintos municipios de la región en el programa "Ciudades por el Comercio Justo"; y, finalmente, la celebración, con carácter bienal, de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha como foro de encuentro de productores, distribuidores, consumidores, empresas y administraciones para el intercambio de experiencias y el establecimiento de relaciones basadas en los procesos de conocimiento, difusión y sensibilización de la economía solidaria, y sobre los que cada agente opera para construir una realidad alternativa al actual mercado de bienes y servicios.

##### **4.4.1. Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha**

###### ***4.4.1.1. Marco conceptual de la compra pública ética y sostenible***

Como se ha dicho anteriormente, la compra pública ética y sostenible se vincula con los contratos públicos de obras, suministros o servicios que incorporan en sus contenidos tanto criterios éticos (condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores, lucha contra el trabajo infantil, no discriminación, etc.) como criterios ambientales, otorgando prioridad en sus compras a aquellos proveedores y productos que apuestan por estos criterios en las correspondientes licitaciones de las administraciones públicas.

La trascendencia de la compra pública ética y sostenible es manifiesta si tenemos en cuenta las siguientes consideraciones:

a) Impacto económico. Si el conjunto de las compras públicas representa el 16% del PIB de la Unión Europea, resulta obvio anticipar que cualquier decisión de compra basada en criterios éticos y sostenibles tiene una repercusión importante en la oferta de bienes presentada por el sector

empresarial, en la medida que establece una orientación selectiva hacia cómo desarrollar la actividad económica.

b) Valor ejemplarizante de la Administración. La Administración actúa como motor de cambio y su papel en la promoción de unas relaciones comerciales más justas, sostenibles y solidarias, tiene un efecto señuelo sobre la ciudadanía, en general, y sobre el resto de agentes económicos y sociales, en particular.

c) Ejercicio de corresponsabilidad. Las administraciones públicas, en el marco de sus políticas sociales, a través de la compra pública ética y sostenible, pueden desarrollar sus objetivos de manera activa, dotando de coherencia a sus presupuestos en la medida de la corresponsabilidad en sus acciones.

#### **4.4.1.2. Criterios**

La inserción de criterios sociales y éticos, que se contempla en la Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha (según documento de la Federación de Municipios y Provincias de Castilla La Mancha), está relacionada con los siguientes aspectos:

- Productos/proveedores que garanticen condiciones laborales dignas en toda la cadena de suministro y desempeño del servicio.
- Respeto a las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) (a continuación se incluye un detalle de éstas).
- Productos/proveedores que garanticen el pago de un precio justo que cubra el coste de la producción y permita unas condiciones de trabajo y de vida aceptables para los productores.
- Transparencia en cuanto al origen geográfico de los productos y a lo largo de la cadena de suministro.
- Potenciar la inclusión de cláusulas sociales en todos los sistemas de contratación pública.
- Apoyo de iniciativas de Comercio Justo.
- Igualdad de oportunidades, accesibilidad y apoyo a la economía social.
- Promover la compra de material reciclado.

- Reducir, evitar si se puede, el consumo de productos de usar y tirar.
- Evitar el sobre-envasado en las compras.
- Compra de materiales que generen pocos residuos, que puedan ser reutilizados y posteriormente reciclados.
- Analizar la vida media de los productos que se van a adquirir.
- Promocionar e incentivar la compra de materiales que sean respetuosos con el medio ambiente.

Las Convenciones de la O.I.T. establecen unas normas y convenciones que son ratificadas de manera voluntaria por los Estados miembros. Una vez que un Estado las ha ratificado, tiene la obligación de aplicarlas a nivel nacional y de aceptar la supervisión de su cumplimiento.

### **Las Convenciones básicas relativas a derechos laborales son:**

- Convención nº 29 y 105, relativas a la supervisión del trabajo forzado u obligatorio en todas sus formas.
- Convención nº 87, que establece el derecho de todos los trabajadores y empleadores de formar y unirse en organizaciones de su propia elección sin autorización previa.
- Convención nº 98, acerca del derecho a organizarse y promover la negociación colectiva.
- Convención nº 100, que exige la equidad en cuanto a salario y beneficios para hombres y mujeres en trabajo de igual valor.
- Convención nº 111, relativa a políticas nacionales para eliminar la discriminación en acceso a empleo, formación y condiciones laborales por razones de raza, color, sexo, religión, opinión política u origen social y para promover igualdad de oportunidades y tratamiento.
- Convención nº 138, que busca la abolición del trabajo infantil estableciendo que la edad mínima para admisión al empleo no debe ser menor que la edad de finalización de la escolarización obligatoria.

#### **4.4.1.3. Estructura y procesos**

La Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha no es una Red de Compra Pública Verde ni una Red de Comercio Justo sino que integra ambos principios de la compra ética: sostenibilidad y solidaridad.

El perfil de esta Red es, ante todo, plural y multilateral en un contexto de transversalidad como son las políticas de consumo. Plural en la medida que intervienen, de una forma u otra, una diversidad de actores (responsables políticos, técnicos de contratación pública, empresas proveedoras, ciudadanos, etc.).

Esta visión plural debe observarse desde una óptica global que implica a todos ya que mediante la integración del consumo ético y sostenible en nuestras pautas de consumo, se logra una mayor coherencia con los compromisos adquiridos a favor del desarrollo sostenible, la cohesión social y la lucha contra la pobreza, y se minimizan los impactos sociales y ambientales derivados de las compras y contrataciones públicas.

Por otra parte, la Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha tiene un perfil multilateral al incorporar a su estructura tanto a la administración regional (Junta de Comunidades de Castilla La Mancha), como a la provincial y local (Diputaciones Provinciales y Ayuntamientos de la región, respectivamente). Esta variabilidad territorial no solo aporta estabilidad a la Red sino que además le otorga un valor interadministrativo de cohesión e integración de aquellos que se adhieren a esta Red (actualmente, el número de miembros que han suscrito sus compromisos para formar parte de la Red supera la veintena).

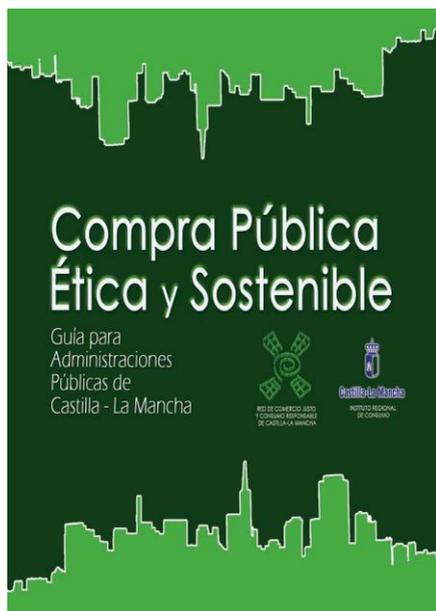
Además, da cabida a otras fórmulas asociativas de gestión municipal como son las agrupaciones de municipios, los consorcios o las mancomunidades, siempre que decidan añadir al precio y las características técnicas del producto o proveedor, todos esos otros compromisos derivados de los rasgos básicos que caracterizan a la Red, tales como la racionalidad y sostenibilidad de la compra o contratación; el análisis del ciclo de vida del producto; el uso de materias y métodos de producción sostenible; la eficiencia energética, el empleo de energías renovables, el control de las emisiones y la precaución en el uso de productos químicos; la valoración de prácticas de reciclado y eliminación de residuos; las condiciones laborales en la cadena de suministro y desempeño del servicio; o la transparencia y trazabilidad del producto en toda la cadena productiva y comercial, entre otros.

Finalmente, la Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha tiene vocación de aunar esfuerzos de aquellas otras políticas con las que concurre, de modo que no se dupliquen recursos ni se solapen

competencias en la búsqueda de un marco de actuación común que permita optimizar su eficacia estableciendo sinergias con otras redes al respecto a partir de la coordinación, la cooperación y la unidad de acción.

En cuanto a los procesos a desarrollar en el diseño y configuración de una Red de estas características, a continuación se señalan, esquemáticamente, cuáles son los retos (no necesariamente, de forma secuencial) que tiene que enfrentar la creación y consolidación de un entramado de organizaciones públicas para alcanzar los objetivos propuestos.

- Aprobación de una norma de regulación jurídica, teniendo en consideración lo establecido al respecto en la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de contratos del sector público.
- Definición del procedimiento de contratación y de los estándares correspondientes.
- Registro de entidades comerciales: productores, proveedores, importadoras, distribuidores y proveedores. Requisitos, acreditación, derechos y obligaciones. Actuaciones de control.
- Elaboración de un catálogo de bienes ofertados bajo acreditación.
- Reglamento de organización y funcionamiento de la red. Desarrollo y extensión de la Red. Compromisos y adhesiones.
- Edición de campañas divulgativas y de sensibilización.
- Formación de agentes operadores (responsables de contratación pública, etc.). Acciones de capacitación y asesoramiento.
- Crear espacios de relación comercial favorables y adopción de medidas que contribuyan a la visibilidad y expansión de la compra pública ética y sostenible. Acciones en origen y distribución.
- Mecanismos de coordinación y cooperación con otras redes e iniciativas análogas y concurrentes.
- Herramientas e indicadores de evaluación. Memorias de gestión.



#### **4.4.1.4. Estudio diagnóstico de la Red de Compra Pública Ética y Sostenible de Castilla La Mancha.**

Con el fin de conocer la situación de partida así como el impacto de las iniciativas desarrolladas en Castilla-La Mancha en torno a la contratación pública ética y sostenible, se llevó a cabo un estudio diseñado para identificar las carencias existentes en este ámbito y orientar las acciones que, a corto y medio plazo, puedan plantearse con objeto de promover la contratación pública sostenible en dicha Comunidad Autónoma.

Este estudio diagnóstico, que recoge las conclusiones que figuran a continuación, fue financiado por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha y realizado por la Organización de Comercio Justo Ideas y por la Asociación Bakeaz.

a) Existe un desconocimiento generalizado por parte de las Administraciones Públicas de Castilla-La Mancha sobre las posibilidades de incorporar criterios de sostenibilidad en los procesos de contratación pública.

b) Los responsables de compra y contratación pública, así como los técnicos y empleados/as de las entidades del sector público de Castilla-La Mancha relacionados con los procesos de contratación pública, están poco

capacitados/formados para poder insertar criterios sociales y ambientales en los procesos de contratación pública.

c) Existe un alto grado de descentralización de las contrataciones públicas (exceptuando los pequeños-medianos ayuntamientos) en las Administraciones de Castilla-La Mancha. A nivel general, no se utilizan catálogos de bienes homologados o de adquisición centralizada.

d) En cuanto al grado de sostenibilidad de los contratos públicos destaca que, en el caso de los servicios de limpieza así como en la compra de suministros de productos de limpieza y mobiliario urbano, se dan contrataciones en las que, de forma general, se consideran criterios sociales y ambientales; por el contrario, dónde menos se consideran es en la compra de material de oficina y equipos informáticos. En cuanto a los productos de Comercio Justo, existe un bajo nivel de consumo por parte de las instituciones públicas.

e) Una mayoría de Administraciones Públicas castellano-manchegas está interesada en participar activamente en una Red de Compra Pública Ética en Castilla-La Mancha, y en insertar criterios sociales y ambientales en los procesos de contratación pública.

Se proponen, a su vez, y teniendo en cuenta las conclusiones apuntadas, las siguientes líneas de actuación, a implementar a corto y medio plazo:

1- En relación con la promoción y difusión de la contratación pública sostenible.

1.1. Relanzamiento de la Red de Compra Pública Ética de Castilla-La Mancha. Para garantizar una referencia institucional en la región sobre la temática es necesario crear un espacio que permita que las instituciones públicas interesadas puedan intercambiar experiencias, recibir información y capacitación, etc., a través de dicha Red.

1.2. Reconstitución de las normas de organización y funcionamiento de la Red de Compra Pública Ética. Para lograr una mayor institucionalización y operatividad en la Red de Compra Pública Ética es necesario crear unas normas de organización y funcionamiento que puedan mejorar la operatividad del trabajo que se realice en esta Red (Asamblea, Comisiones, Secretaría Técnica, determinación de socios y colaboradores, etc.)

1.3. Creación de un portal web de referencia para la Red de Compra Pública Ética.

1.4. Difusión de la Red de Compra Pública Ética entre las instituciones públicas castellano-manchegas. Esta acción se implementará a través del

desarrollo de una campaña dirigida a todas las instituciones correspondientes para conseguir la participación activa de éstas en la Red. También se podrá invitar como agentes colaboradores a entidades de la sociedad civil (sindicatos, asociaciones empresariales, organizaciones sociales, etc.) de modo que también puedan involucrarse desde diferentes ámbitos en esta iniciativa.

1.5. Celebración de jornadas de presentación y reconstitución de la Red de Compra Pública Ética. Se pretende publicitar la reconstitución de esta red, así como tener una sesión inicial que permita definir tanto la participación de los agentes participantes y colaboradores en la estructura de la Red.

2- En cuanto al establecimiento de compromisos políticos con la contratación pública sostenible.

2.1. Firma de una declaración política de compromiso. Convendría que las Cortes de Castilla-La Mancha explicitasen su apoyo a la contratación pública sostenible con la aprobación de una declaración institucional en la que se instara a la incorporación de criterios éticos, sociales y ambientales en los procesos de contratación pública, como instrumento para promover el bienestar social y el desarrollo sostenible en Castilla La Mancha. Además esta declaración debería contener compromisos concretos de promoción de la contratación pública sostenible a través de la Red de Compra Pública Ética, así como el estudio para la realización de un plan de acción que permita, al menos a la administración regional, incorporar criterios de sostenibilidad por grupos de productos y servicios.

2.2. Elaboración de un plan de acción de contratación pública sostenible que incluya objetivos claros para grupos de productos, trabajo con proveedores, formación e información al personal y medición de resultados. El plan de acción ha de designar los responsables y plazos de implementación y debe contemplar otras estrategias internas en relación con el desarrollo sostenible.

3- En relación con la sensibilización y capacitación del personal de las instituciones públicas de Castilla La Mancha.

3.1. Acciones formativas. De forma continuada y estable, se deberán realizar seminarios de trabajo y acciones formativas que sirvan para acercar las novedades que, en materia de contratación pública sostenible, se vayan generando en forma de nuevos criterios y especificaciones técnicas, nuevos compromisos o responsabilidades, o nuevas formas de gestión de la compra pública. Estas jornadas/seminarios se podrán organizar por tipología de instituciones (de ámbito regional o local) o según el público objetivo (responsables de contratación, etc.)

3.2. Recursos o campañas específicas para facilitar cambios en los hábitos de consumo.

3.3. Elaboración de documentos divulgativos de la Compra Pública Sostenible (manual, díptico y fichas técnicas).

4. En relación con la medición de resultados, indicadores y revisión.

4.1. Desarrollo de indicadores y sistemas de evaluación y control. Deberá establecerse un sistema de seguimiento (periodicidad, responsabilidades, información necesaria, etc.) y un sistema de indicadores para poder medir el impacto del programa.

5. En relación con la gestión de la cadena de proveedores.

5.1. Establecimiento de canales de comunicación oferta-demanda. A medida que el proyecto alcance a productos y servicios con cierta complejidad técnica, será importante establecer un marco de colaboración con las empresas proveedoras para conocer las opciones más actuales de eco-diseño de productos y servicios y de compromisos en materia social. En este marco de colaboración, también se facilitará que las condiciones y exigencias de la demanda pública de estos bienes y servicios se vayan acompañando con la capacidad del tejido económico castellanomanchego para responder a la misma; y, al mismo tiempo, además, servirá para generar incentivos en la promoción de la innovación y la introducción de nuevos comportamientos en los agentes económicos. Se pueden constituir, a su vez, foros de intercambios específicos por productos y servicios, para que las administraciones públicas castellanomanchegas expliquen a sus empresas proveedoras las nuevas demandas en el ámbito social, ambiental y ético que, progresivamente, va a ir introduciendo en los procesos de contratación pública. Esta medida servirá para crear un tejido empresarial más competitivo y aumentará la sostenibilidad tanto del tejido productivo como la comercial y la de las contrataciones públicas de Castilla-La Mancha.



#### 4.4.2. Ciudades por el Comercio Justo.

“Ciudades por el Comercio Justo” es un programa que el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha viene desarrollando en la región a través de Ideas, organización que coordina en España esta iniciativa. A continuación se explican los antecedentes de este programa, de ámbito europeo, así como las acciones que se han llevado a cabo para la adhesión de las distintas instituciones y colectivos a este programa.

Una Ciudad por el Comercio Justo es un modelo de localidad que acerca los productos de Comercio Justo a la ciudadanía, a través de las administraciones, comercios, empresas y el tejido asociativo.

Al respecto, en el año 2001, la ciudad de Gartang, en Inglaterra, fue declarada "La primera Ciudad por el Comercio Justo del Mundo". Esta iniciativa fue desarrollada por un grupo de voluntarios de una ONG de Comercio Justo que ayudaron a insertar productos de Comercio Justo en diferentes espacios de la ciudad: colegios, empresas, tiendas, cafeterías, restaurantes....

En la actualidad, hay más de 630 localidades en toda Europa consideradas Ciudades por el Comercio Justo. En Inglaterra, Cambridge, Liverpool, Manchester, Oxford o Stanford, llevan años con este título, y Londres recientemente; Dublin, Cork o Galway, en Irlanda; en Italia, la región de la Toscana, Milán o Roma; Bruselas en Bélgica, y otras ciudades de Noruega y Suecia.

Además, la Comisión Europea ha respaldado la iniciativa a través del programa "Ciudades Europeas por el Comercio Justo", que fomenta la inserción de los criterios de Comercio Justo en el consumo y en las compras de administraciones, comercios, empresas y otras instituciones públicas y privadas.

Para conseguir el status de Ciudad por el Comercio Justo se deben de cumplir los siguientes criterios con sus consiguientes parámetros:

1. Aprobar una resolución favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento. Con respecto a la inserción de productos de Comercio Justo en el consumo de la administración, se han establecido que debe de cumplir con un número mínimo de licitaciones y de contratos menores donde tiene que haber productos de Comercio Justo.

a) El parámetro mínimo de licitaciones con productos de Comercio Justo a cumplir en función de la población sería:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 licitación por cada 10.000 habitantes.
- Población de menos de 200.000 habitantes.: 1 licitación por cada 100.000 habitantes.
- Población con más de 200.000 habitantes: 1 licitación por cada 200.000 habitantes.

b) El número mínimo de contratos menores por año donde haya productos de Comercio Justo sería:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 contrato menor por cada 10.000 habitantes.
- Población de menos de 200.000 habitantes: 1 contrato menor por cada 100.000 habitantes.
- Población con más de 200.000 habitantes: 1 contrato menor por cada 200.000 habitantes.



2. Ofrecer productos de Comercio Justo en cafés, restaurantes y tiendas de la ciudad.

a) En el sector minorista, se establece un número mínimo de establecimientos que tienen que tener productos de Comercio Justo en función de la población de la localidad:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 comercio por cada 5.000 habitantes.
- Población de menos de 200.000 habitantes: 1 comercio por cada 10.000 habitantes.
- Población con más de 200.000 habitantes: 1 comercio por cada 20.000 habitantes.

El comercio debe de tener al menos 3 referencias de Comercio Justo a disposición de los consumidores.

b) En el sector de la restauración, el número mínimo de establecimientos que tiene que haber en función de la población de la localidad:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 establecimiento por cada 10.000 habitantes.
- Población de menos de 200.000 habitantes: 1 establecimiento por cada 20.000 habitantes.
- Población con más de 200.000 habitantes: 1 establecimiento por cada 30.000 habitantes.

El establecimiento de la restauración debe de tener al menos 2 referencias de Comercio Justo a disposición de los consumidores.

3. Compromiso del sector privado y organizaciones introduciendo este tipo de productos en su consumo interno.

a) En el sector empresarial, es necesario que un número mínimo de empresas consuman productos de Comercio Justo de manera anual:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 empresa por cada 5.000 habitantes.
- Población de menos de 200.000 habitantes: 1 empresa por cada 25.000 habitantes.
- Población con más de 200.000 habitantes: 1 empresa por cada 50.000 habitantes.

Esta implicación empresarial con el Comercio Justo puede ser, entre otras formas, adquiriendo regalos institucionales, cestas o felicitaciones de navidad de Comercio Justo, o insertando este tipo de productos en las máquinas de vending a disposición de los trabajadores o clientes.

b) En el área de las organizaciones, entendidas éstas como las organizaciones sociales (asociaciones de vecinos, consumidores, medioambientales, defensora de los derechos humanos, etc) y la comunidad educativa, es necesario que un número mínimo de organizaciones consuman anualmente productos de Comercio Justo:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 organización por cada 10.000 habitantes.





### EL COMERCIO JUSTO GARANTIZA

- Condiciones laborales dignas
- Precio justo a los productores
- Respeto al medioambiente
- Igualdad de género
- No hay explotación infantil

Una Ciudad por el Comercio Justo es aquella que está comprometida con el Comercio Justo, ofreciendo oportunidades de desarrollo y condiciones de vida digna a los trabajadores en los países en vías de desarrollo.



Ya hay más de 650 ciudades en todo el mundo con este título, como Londres, Bruselas, Roma y Córdoba en España

### Para ser una Ciudad por el Comercio Justo se deben cumplir 5 criterios

1. Aprobar una resolución favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento.
2. Ofrecer productos de Comercio Justo en cafeterías, restaurantes y tiendas de la ciudad.
3. Tener un compromiso del sector privado y la comunidad educativa.
4. Hacer sensibilización sobre el Comercio Justo y comunicarlo.
5. Crear un grupo de trabajo local que coordine el programa.



UN DIA DE CONSUMO RESPONSABLE		MAÑANA	ALTERNATIVAS
	8:00. Me despierto	Más de 11 millones de personas al día consumen café y se gastan 40 millones de dólares.	Café de Comercio Justo, orgánico y comercio ético.
	8:30. Tomo un café	El café de producción de café especial incluye un 35-50% más que pagamos en los supermercados.	El Café de Comercio Justo garantiza un precio justo.
	9:00. Me visto	Se fabrica más de 100.000 toneladas de ropa cada año en condiciones de explotación de los trabajadores.	La producción de ropa de Comercio Justo garantiza un precio justo y condiciones laborales dignas.
	9:15. Captó el coche	La compra de vehículos fomenta el empleo, pero también el consumo de combustibles fósiles.	Una alternativa podría ser el coche compartido o el transporte público.
	9:30. Ya estoy en el trabajo	El salario mínimo sigue por debajo de los 25 céntimos de dólar por hora, y muy desigual en el mundo.	El Comercio Justo ayuda a garantizar un salario digno y condiciones laborales.
	11:00... Desayuno una familia de cinco	Por cada kilogramo de alimentos que se vende por fuera del supermercado del campo se le gana 0,2 céntimos.	El Comercio Justo ayuda a garantizar un precio justo y condiciones laborales.
	12:00... Voy al banco	El dinero que entra en la banca y sólo en los bancos.	Una alternativa podría ser el ahorro en los bancos de Comercio Justo.
	14:00... Pongo la mesa	En la última 30 años ha aumentado el uso de la plata fabricada en China.	Una alternativa podría ser el uso de platos y vasos de Comercio Justo.
	16:30... Perfillo para comer	El 80% de la persona que pasa hambre en el mundo vive en zonas rurales.	Comercio Justo ayuda a garantizar un precio justo y condiciones laborales.
	20:00... Perfillo con el tele	Se estima que entre 1.000 y 1.500 millones de personas al día no tienen acceso a la televisión.	Una alternativa podría ser el uso de la televisión de Comercio Justo.

### 4.4.2.1. Universidades por el Comercio Justo

Una Universidad por el Comercio Justo se inscribe dentro del programa europeo Ciudad por el Comercio Justo, coordinado a nivel estatal por la organización de Comercio Justo IDEAS, que tiene el respaldo de la Comisión Europea y de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

Es una universidad comprometida con el Comercio Justo, lo que significa:

- Usar productos de Comercio Justo tanto como sea posible.
- Realizar actividades de divulgación del Comercio Justo dentro del centro y fuera de él.
- La Universidad recibe un reconocimiento de su compromiso.
- Contribuir a hacer del mundo un lugar más justo.

En el año 2003 se entregó por primera vez este status a la Universidad de Oxford, y hasta el pasado año 2009 ya tenían esta distinción más de 75 universidades, entre las que se encuentra la Universidad de Jaén.

Para conseguir el status de Universidad por el Comercio Justo, se tienen que cumplir 4 criterios:

1. Aprobar una declaración institucional favorable al Comercio Justo y usar productos de Comercio Justo a nivel institucional.
2. Disponer de productos de Comercio Justo en el campus universitario.
3. Promocionar y sensibilizar sobre el Comercio Justo en la Universidad.
4. Tener un grupo de trabajo universitario.

#### **4.4.2.2. Colegios por el Comercio Justo**

Un Colegio por el Comercio Justo se inscribe dentro del programa europeo Ciudad por el Comercio Justo, coordinado a nivel estatal por la organización de Comercio Justo IDEAS, que tiene el respaldo de la Comisión Europea y de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

#### **Es un colegio comprometido con el Comercio Justo, lo que significa:**

- Estar sensibilizado en la temática del Comercio Justo.
- Usar productos de Comercio Justo tanto como es posible.
- Informar cómo funciona el comercio global y la importancia del Comercio Justo como instrumento para reducir las desigualdades provocadas por el mismo.
- Apoyar las campañas de Comercio justo que se realice en la localidad.
- Realizar actividades de divulgación del Comercio Justo dentro del colegio y fuera de él.
- El colegio recibe un reconocimiento de su compromiso ( a través del status entregado por IDEAS como coordinadora estatal del programa).
- Contribuir a hacer del mundo un lugar más justo.

Para conseguir el status de Colegio por el Comercio Justo, se tienen que cumplir 4 criterios:

1. Tener un grupo de trabajo escolar
2. Escribir y adoptar una política favorable al Comercio Justo.

3. Promocionar y usar productos de Comercio Justo dentro del colegio
4. Sensibilizar sobre el Comercio Justo, ya sea a través de talleres de trabajo u otras maneras en el colegio y la localidad en general.

ideas

INSERCIÓN DE CRITERIOS DE  
SOSTENIBILIDAD EN LOS CONTRATOS  
PÚBLICOS DE RESTAURACIÓN Y  
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Programa de Ciudades por el Comercio Justo

ciudad por el  
comercio justo

ideas

INSERCIÓN DE CRITERIOS DE  
SOSTENIBILIDAD EN LOS CONTRATOS  
PÚBLICOS DE SUMINISTRO DE  
PRODUCTOS TEXTILES

Programa de Ciudades por el Comercio Justo

ciudad por el  
comercio justo

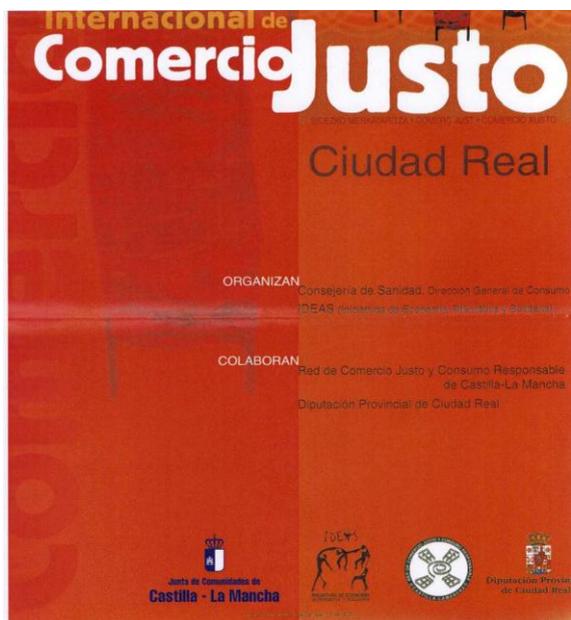
ideas

INSERCIÓN DE CRITERIOS DE  
SOSTENIBILIDAD EN LOS CONTRATOS  
PÚBLICOS DERIVADOS DE PRODUCTOS  
FORESTALES (PAPEL Y MADERA)

Programa de Ciudades por el Comercio Justo

ciudad por el  
comercio justo

#### 4.4.3. Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable



Desde el año 2002 se viene celebrando en Castilla La Mancha, con periodicidad bienal, la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable cuyo éxito radica, no sólo en ofrecer un evento de este tipo de ámbito regional auspiciado por una administración pública como es el caso del Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, sino que su valor se encuentra en ser un espacio de encuentro en el que convergen los distintos agentes operadores en este campo así como las diferentes iniciativas que pueden ser desarrolladas al respecto.

Supone, por tanto, una síntesis de todo cuanto se ha citado anteriormente en estas páginas, por lo que bien podría considerarse a esta Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, que en este año 2010 celebrará su quinta edición, la oportunidad de visualizar el trabajo desarrollado día a día por todas las organizaciones y colectivos que se esfuerzan en hacer de lo solidario su seña de identidad.

En este epígrafe encontramos la posibilidad de conocer con más detalle los contenidos de esta actividad que se ha convertido en un referente de participación y compromiso más allá del territorio autonómico.



10.000 personas reflexionan sobre comercio justo y solidario

### *- I Feria Internacional de Comercio Justo*

Entre el 29 de noviembre y el 1 de diciembre de 2002, se desarrolló en Ciudad Real la I Feria Internacional de Comercio Justo para “brindar un espacio a los actores del Comercio Justo, y acercar y hacer visibles al público de a pie, los muy diversos actores, proyectos y productos de Comercio Justo y consumo responsable”.

IDEAS -Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria-, y la Dirección General de Consumo, como organizadores de dicha Feria, elaboraron un informe donde se contemplan las conclusiones de las principales actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de la Feria: mesas redondas, impartición de talleres temáticos, exposiciones, actividades lúdicas y educativas, y la participación en los diversos stands de las diferentes organizaciones participantes en el evento.

Diez mil personas asistieron a la Feria. Cabe destacar la presencia y participación de un público infantil y juvenil, interesado en las numerosas actividades lúdicas y educativas programadas, y un público de mediana edad interesado, en mayor medida, en conocer los diferentes productos de Comercio Justo, así como sus condiciones de elaboración e incidencia en los productores de los países de procedencia.

El gran objetivo pretendido con la organización de esta Feria Internacional fue lograr una mayor sensibilización en la ciudadanía, traducida en una mayor concienciación social y solidaria, y en un consumo más justo y responsable. Pero conocer si se ha conseguido requiere aún de un espacio de tiempo más amplio, y hasta entonces no estaremos en condición de asegurar si ese grado de compromiso por parte de todos se ha alcanzado efectivamente.

### *- II Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable*



La Feria nació con el objetivo de acercar una realidad más digna de relaciones comerciales que sirva para fomentar entre los consumidores un acto de compra crítico y solidario. En esta segunda edición del evento, celebrada en Ciudad Real durante los días 1 a 3 de octubre de 2004, participaron catorce organizaciones de comercio justo con presencia en Castilla-La Mancha, tres cooperativas de productos ecológicos y otras asociaciones de carácter social y cultural.

Como ya indicaba la entonces presidenta de IDEAS, Carola Reintjes, esta segunda edición de la Feria se convirtió en *“un desafío que pretende concienciar a la sociedad a través de una doble vertiente educativa y lúdica, sobre la posibilidad de cambiar ciertas reglas que favorezcan un marco comercial más justo y garantice a los productores unas condiciones laborales dignas, con especial mención a los niños y las mujeres”*.

*...“Es necesario sacar el comercio justo del grado de marginalidad y acercarlo a los consumidores para que éstos participen de un acto de justicia social mediante la compra de productos muy dignos que tienen una garantía social, ecológica y solidaria”*.

La Feria tuvo como referencia principal la instalación de tres carpas temáticas gigantes en la Plaza Mayor de Ciudad Real. En una de ellas se desarrolló una muestra representativa de productos agroalimentarios y artesanales de carácter ecológico y solidario, expuestos a lo largo de una veintena de stands.

En la “carpa de colores” se celebraron diferentes actividades lúdicas: pasacalles, cuentacuentos, payasos, juegos malabares, ludoteca infantil y diversos talleres al alcance de todas las edades (reciclaje, henna, trenzas, globoflexia, pintura facial, etc.); mientras que en el tercer escenario se ofreció una muestra de la rica gastronomía de todo el mundo.

La Feria se complementó, de manera paralela, con un intenso programa de actividades educativas y de sensibilización, en diferentes lugares de la ciudad, a través de exposiciones temáticas, visitas guiadas, concursos (de platos de cocina elaborados con ingredientes procedentes del comercio justo, etc.), conferencias (alimentación ética, agricultura ecológica, etc.), videoforum y conciertos de música étnica, que pretendían acercar al público la realidad del comercio justo y consumo responsable de manera lúdica y participativa.



El maratón solidario de fútbol-sala abrió el programa de actividades lúdicas de la II Feria de Comercio Justo de Castilla La Mancha

Entre las múltiples actividades paralelas desarrolladas como complemento a la II Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, cabe destacar el maratón solidario de fútbol-sala en el que participaron 160 niños de colegios de la capital, con edades de 9 a 11 años, en el ciudadrealeño Pabellón "Príncipe Felipe", para lo que se contó también con la colaboración del Patronato Municipal de Deportes de Ciudad Real.

Además, la entonces Dirección General de Consumo remitió, con unas semanas de antelación, a los colegios participantes una exhaustiva documentación que ha permitido, tanto al profesorado como a los alumnos, un mayor acercamiento a los objetivos del comercio justo y de la Feria en que se enmarcó el desarrollo de la actividad deportiva. De igual modo, los niños y niñas recibieron camisetas alusivas a la Feria, y se entregó a cada colegio un balón con garantía de haber sido elaborado en condiciones laborales dignas y libres de explotación infantil en su origen.

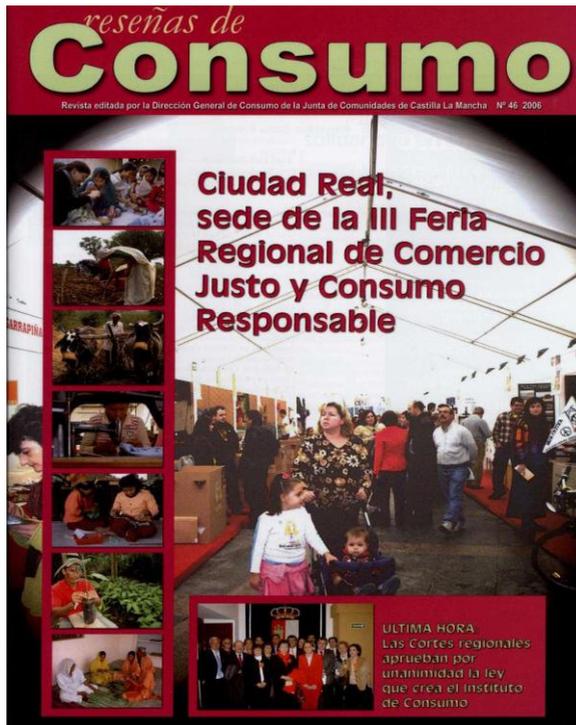
Por otra parte, el Museo López Villaseñor, de Ciudad Real, acogió, en su sala de exposiciones polivalente de la primera planta, sendas muestras que pretendían despertar nuestras conciencias sobre lo que hay detrás de determinados productos que consumimos a diario y que recibieron la visita guiada de grupos de escolares y público en general durante toda la mañana.

En una de ellas, organizada por la Red de Comercio Justo de Castilla La Mancha, a través de la mirada inocente de una niña, se completaba un

recorrido imaginario por dos mundos muy diferentes, uno donde prima la injusticia, las desigualdades y la explotación laboral en la fabricación de productos que se consumen en los países más desarrollados, y otro -el Planeta del comercio Justo- donde las personas disfrutan de iguales derechos, dignidad laboral y salario justo.

La otra muestra, promovida por Ecologistas en Acción, bajo el título "Consume hasta morir", desde una visión crítica e irónica, invitaba a reflexionar sobre los hábitos de consumo que repetimos a diario y que nos conducen al límite en muchos de los casos.

- *III Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable*



La III Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable se celebró, como en la edición anterior, en la Plaza Mayor de Ciudad Real, durante los días 20 a 22 de octubre de 2006. El principal objetivo de esta Feria, como en las precedentes, fue el brindar un espacio a los actores que intervienen en el proceso, desde el que elabora los productos en África, América del Sur o Asia hasta el consumidor, así como sensibilizar al público en general para

que este tipo de iniciativas se vayan incorporando poco a poco a nuestros hábitos de vida diarios.

Al respecto, Carola Reintjes, presidenta de Ideas –organización que coordinó junto con la extinta Dirección General de Consumo la celebración del evento- afirmó que actuaciones del Gobierno Regional, como el apoyo a esta Feria, “convierten a Castilla La Mancha en pionera en la promoción de estos valores solidarios, con un efecto contagio en otras regiones españolas”.

La Feria tuvo como contenido principal una exposición representativa de sus organizaciones y productos, complementarias con una serie de actividades paralelas como el concurso de gastronomía del mundo, o el torneo provincial de balonmano. También se llevaron a cabo exposiciones temáticas y geográficas que pusieron de relieve la situación actual del comercio justo en el mundo. Destacaron, además, otras actividades lúdicas e informativas como los talleres de globoflexia y malabares, las charlas, o los pasacalles.

Veintitrés fueron los colectivos que participaron activamente en el desarrollo de la tercera edición de Feria, figuran organizaciones de comercio justo con presencia en Castilla-La Mancha, cooperativas de productos ecológicos y otras asociaciones de carácter social y cultural.

Por ejemplo, “Cáritas” participó en la Feria con el objetivo de *“informar al ciudadano sobre la situación de las personas que están pasando tanta necesidad”*. “La despensa ecológica” mostraba, en su stand, productos procedentes de agricultura ecológica identificados con un aval que garantiza que todo el proceso sigue pautas de certificación ecológica.

Por su parte, “Maderas Nobles de la Sierra del Segura”, empresa de silvicultura sostenible de especies frondosas para la producción de maderas nobles de calidad y la regeneración medioambiental, diseña y desarrolla plantaciones forestales para la obtención de ejemplares maderables en el plazo de 20 años. Y ofrece a quien lo desee la posibilidad de participar como inversor en la adquisición de lotes de árboles, como producto alternativo de ahorro activo, ético, ecológico, seguro y rentable.

También estuvieron presentes en la Feria, entre otras organizaciones, “Ecologistas en Acción” y su campaña “Consume hasta morir”, Apedal-Masa Crítica, Asamblea de Cooperación por la Paz, Ayuda en Acción, Consejo de la Juventud, La Alacena, Unicef,..., y, por supuesto, Ideas y la Red de Comercio Justo de Castilla La Mancha. En relación con esta Red, a continuación, se reseña una de las actividades más importantes desarrolladas en dicha Feria: la participación de la Asociación de Cafeicultores “Río Intag”, de Ecuador.



Edmundo Valera (en la foto, a la izquierda), presidente de la Asociación de Cafeicultores Río Intag (AACRI), de Ecuador, asistió a la cita bienal de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, para explicar su proyecto y al mismo tiempo denunciar *“lo que está pasando en el Sur”*: la lucha por la supervivencia de 320 pequeños productores, presionados por la industria minera canadiense.

Tal y como explicó Valera, Intag está en una cuenca alta del río Esmeralda, una zona no considerada dentro del país. Por la presión de la minería, la deforestación provocada por las empresas madereras y las prácticas agrícolas no adecuadas, la AACRI se presenta como una alternativa de desarrollo integral que coordina experiencias de producción agroartesanal y comercialización solidaria.

*“Hemos logrado instalar una agricultura orgánica, con la producción de abonos orgánicos, recuperando la agricultura tradicional”*. Apostaron por el cultivo del café, *“una planta noble, permanente, un seguro social... La planta, con el manejo adecuado, sigue produciendo años y años”*.

También cultivan árboles frutales y legumbres que garantizan la seguridad alimentaria de la población. Apuesta por el sistema de comercialización a través del comercio justo, porque es el que *“valora el esfuerzo del campesino a la hora de sacar hacia adelante su producto”*.

Sin embargo, el subsuelo tiene minerales, según Valera, y está en la mira de las empresas mineras internacionales. *“Nos ofrecieron hospitales, carreteras, etc. Nosotros visitamos experiencias similares en otros países y*

*comprobamos que los impactos producidos por la minería destruirían nuestra tierra, es decir, que faltaba información en su propuesta”.*

Así se inició una lucha entre mineros y lugareños e incluso divisiones entre la propia población. La lucha continúa y la Asociación tiene que hacer frente, permanentemente, a agresiones y amenazas.

El principal producto de la AACRI es el café Río Intag, cuya característica más importante es el cultivo tradicional de la variedad arábica que se viene haciendo desde hace más de 100 años por las comunidades. Gracias a la gran biodiversidad del sistema cafetalero, se asegura su calidad y no se utiliza ningún tipo de agroquímico, por lo que su cultivo es 100% natural y contribuye a conservar el hábitat.

El café se produce de manera manual, los granos son seleccionados cuidadosamente desde su cosecha, secados al sol, y tostados en pequeñas cantidades para garantizar un exquisito sabor y aroma. Las fincas priorizan la diversificación de la producción, integrando cultivos con crianza de animales y protección ambiental, y evitando así la dependencia de la explotación del café.



Respecto de las actividades complementarias cabe destacar la celebración de un torneo provincial de balonmano, fruto del acuerdo de colaboración entre la Consejería de Sanidad y el Club Balonmano Ciudad Real, y en el que también participaron la viceconsejería del Deporte, la Diputación Provincial y la Delegación Provincial de Balonmano.

Se desarrolló el sábado y domingo de la Feria, en el Pabellón “Quijote Arena”, de Ciudad Real, y participaron 130 niños y niñas en edad alevín de ocho equipos representativos de la provincia (Adc. Ciudad Real, C.P. Ferroviario, Escuelas Deportivas Bolaño, Escuelas Deportivas Malagón, Prado Marianistas, Santo Tomas De Villanueva, Balonmano Puertollano y San Francisco Javier), que también participaron en el Taller-coloquio sobre Comercio Justo, impartido por la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha.

La III Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable cerró sus puertas tras haber atraído a más de 10.000 personas que se interesaron por los productos y asociaciones implicados en este modelo de relaciones comerciales.

#### - IV Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable



Desde que las Cortes de Castilla-La Mancha, en su acuerdo de 6 de abril de 2000, instaron al Gobierno de Castilla-La Mancha a desarrollar políticas de promoción del Comercio Justo, las Administraciones Públicas de Castilla-La Mancha, tanto municipales como autonómica, han sido pioneras en implantar programas de información y sensibilización de los consumidores acerca de los sistemas alternativos de producción y distribución basados en relaciones comerciales de equidad.

Así, el Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha viene apoyando a las organizaciones de Comercio Justo facilitando los recursos económicos y financieros para la ejecución de acciones al respecto, como es la celebración de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, la convocatoria de subvenciones para la realización de actividades relacionadas con la economía solidaria, la organización de jornadas y seminarios de formación, la promoción de una red de compra pública ética en la región o la introducción de los valores del Comercio Justo en la escuela; iniciativas que, en el marco de un mundo globalizado, contribuirán sin duda a la consecución de una sociedad más justa y solidaria.

Por otra parte, IDEAS, Organización de Comercio Justo, tiene como misión transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de IDEAS se fundamentan en los principios de igualdad, participación y solidaridad.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, IDEAS potencia la capacidad crítica de los ciudadanos, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. Asimismo cabe destacar su papel como coordinadora estatal de los programas europeos Public Affairs/Compra Pública Ética/CPE, Compra Empresarial Responsable (CER) y del programa Ciudadanía por el Comercio Justo que busca la participación de todos los actores públicos, privados y sociales en el Comercio Justo.

“El Comercio Justo es una relación comercial que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto, y que intenta conseguir más igualdad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible porque ofrece mejores condiciones comerciales a los trabajadores marginados, especialmente en el Sur, y protege sus derechos. Las organizaciones de Comercio Justo, con el apoyo de los consumidores, se dedican de manera activa a prestar apoyo a los productores, sensibilizar y hacer campaña para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional”

Definición Internacional del Comercio Justo, FINE

##### Los 10 estándares del Comercio Justo:

1. Creación de oportunidades para grupos productores desfavorecidos en el Sur del mundo.
2. Transparencia y funcionamiento democrático para beneficiar las necesidades básicas de las comunidades productoras y a las consumidoras.
3. Relación comercial equitativa y a largo plazo.
4. Precio justo a los productores.
5. Lucha contra la explotación laboral infantil.
6. Equidad de género.
7. Condiciones laborales dignas.
8. Construcción de capacidades y asistencia para los grupos productores desfavorecidos.
9. Información y sensibilización sobre Comercio Justo.
10. Cambio del medio ambiente.

Organiza: IDEAS (Organización de Comercio Justo), e Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha.  
Colabora: Ayuntamiento de Albacete, Diputación Provincial de Albacete, Centro de Formación del Consumidor de Albacete, Consejo Provincial de Consumo de Albacete, Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla-La Mancha, Banco Agrario de Albacete y CASAPROTEC (en línea, CDROM, audio y vídeo).



## IV Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable

Albacete 2008

**Súmate a un mundo más justo**

feria: del 24 al 26 de octubre  
actividades paralelas: del 20 al 26 de octubre

Plaza de la Constitución y Plaza de la Catedral

Viernes: 12:00 h a 14:00 h y 17:00 h a 21:00 h  
Sábado: 10:00 h a 14:00 h y 17:00 h a 21:00 h  
Domingo: 10:00 h a 14:00 h

CASTILLA-LA MANCHA CON EL  
COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE



## PROGRAMA de ACTIVIDADES PARALELAS a la FERIA "Súmate a un mundo más justo"

**lunes 20 a jueves 23 de octubre**

Talleres de sensibilización en Comercio Justo y Consumo Responsable.  
Organizan: IDEAS y Centro de Formación del Consumidor.  
- En colaboración de Inesloma Socialistas.  
- En el Centro de Formación del Consumidor de Albacete, para alumnos de Educación Primaria.

**miércoles 21 a jueves 20 de octubre**

Ciclo de Cine.  
Organizado por Didesur. Se visionarán tres películas de máximo interés social: "Invidiables", "Otra mujer" y "Gran Superficie". Después de cada película se abrirá un coloquio con un ponente especializado en la materia.  
Financía: Pta. del Huerto - de 18:00 h a 20:00 h.

**jueves 23 de octubre**

Jornada de Compra Pública Ética.  
Se trata de una jornada de sensibilización y formación acerca de cómo las Administraciones Públicas pueden comprometerse con el Comercio Justo y Consumo Responsable (para más información e inscripción dirigirse a [www.comprapublicaetica.org](mailto:www.comprapublicaetica.org)).  
Organizan: IDEAS e Instituto de Consumo CLM.  
Inauguran: Concejal de Presidencia de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, IDEAS, Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha, Diputación Provincial de Albacete y Ayuntamiento de Albacete.  
Diputación Provincial de Albacete. Paseo de la Libertad, 5 - de 9:00 h a 14:30 h.

**viernes 24 de octubre**

Congreso Regional de OMIC.  
La Federación de Municipios y Provincias, en colaboración con el Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, organiza la presente edición anual del Congreso Regional de OMIC en el marco de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, y en que los técnicos y responsables municipales de consumo de la región tendrán la oportunidad de debatir sobre aspectos relacionados con las políticas locales e desarrollar en estas materias.  
Diputación Provincial de Albacete. Paseo de la Libertad, 5 - de 9:00 h a 14:00 h.

## PROGRAMA de la FERIA "Súmate a un mundo más justo"

**viernes 24 de octubre**

Entrega de la recaudación de las agendas escolares 2008-2009 a la organización de Comercio Justo productores MCCOJ (Maquieta Chaherac, Comercializando como hermanas).  
Responsables del proyecto educativo "Albacete Ciudad Educador" harán entrega de la recaudación voluntaria obtenida del reparto de las Agendas escolares "Escuela de buenos consumidores 2008-2009" a niños de 4-12 Colegios de la ciudad de Albacete, a la organización MCCOJ de Ecuador.  
Cargo de la Plaza de la Constitución - 11:00h.

Acto Institucional de Inauguración.

Acto Institucional a cargo del Consejo de Salud y Bienestar Social y Presidente del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, Fernando Lamata Cetanda; la Alcaldesa del Ayuntamiento de Albacete, Carmen Oliver Jarama; el Presidente de la Diputación Provincial Pedro Antonio Ruiz Santos; y la Presidenta de IFAT Europa (Asoc. Internacional de Comercio Justo) y Relaciones Institucionales de IDEAS, Carola Reinjes.  
Plaza de la Constitución - 12:00h.

Pasacalles de inauguración de la feria.

A continuación del acto Inaugural por la plaza y calles colindantes.

Talleres lúdicos "CIRCO ESPIRAL".

Malaibes, globoflexia, maquillaje.

Plaza de la Constitución - de 13:00 a 14:00 h.

Cuentacuentos "CIRCOCONTANDO".

Plaza de la Constitución - 18:00h.

**viernes 24 a domingo 26 de octubre**

Exposición de Comercio Justo (stands), carga de actividades y degustación de productos.

Plaza de la Constitución y Plaza de la Constitución.

Los stands estarán abiertos:

Viernes: de 12:00 a 14:00 h y de 17:00 a 21:00 h.

Sábado: de 10:00 a 13:00 h y de 17:00 a 21:00 h.

Domingo: de 10:00 a 14:00 h.

**lunes 20 de octubre**

Pasacalles.

Atravesando de la Plaza de la Constitución - 12:00h.

Concurso de cocina y degustación popular.

Organizado por la Asociación de Amas de Casa AMCCU Los Llanos, se premiará el mejor plato elaborado a partir de productos de Comercio Justo. Pláste y apástate!

Plaza de la Constitución - 12:00h.  
Además, se llevará a cabo una degustación popular de un plato de cocina elaborado con ingredientes de Comercio Justo.  
Plaza de la Constitución - 13:00h.

Desfile de moda de ropa de Comercio Justo.

Plaza de la Constitución - 17:30 h.

Actuación de Joaquín Reyes (de "MUCHACHADA NU").

Plaza de la Constitución - 20:30 h.

Batacua y Fiesta de Comercio Justo.

Plaza de la Constitución - 21:00 h.

**domingo 26 de octubre**

Actuación "CIRCO CONTANDO".

Plaza de la Constitución - 17:30 h.

Entrega de premios del Concurso de Cocina.

Plaza de la Constitución - 13:00 h.

Acto de clausura de la Feria.

Plaza de la Constitución - 14:00 h.



La cuarta edición de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, celebrada durante los días 24 a 26 de octubre de 2008, tuvo lugar, por primera vez, en la ciudad de Albacete. Una vez más, con esta iniciativa se pretende hacer llegar a los ciudadanos las condiciones de igualdad, respeto por el medio ambiente y por la infancia con las que se fabrican los productos procedentes del Comercio Justo.

El consejero de Salud y Bienestar Social, Fernando Lamata inauguró esta IV Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, en la que participaron un total de 30 entidades que expusieron sus productos con el objetivo de sensibilizar, formar e informar sobre el impacto que tiene en los países empobrecidos la posibilidad de comercializar productos elaborados bajo principios de solidaridad, justicia, igualdad y dignidad en el trabajo.

En el acto de inauguración, estuvo acompañado, entre otros, del director del Instituto de Consumo de Castilla La Mancha, Jesús Montalvo, del presidente de la Diputación Provincial de Albacete, Pedro Antonio Ruiz, de la alcaldesa de Albacete, Carmen Oliver, y de la presidenta de IFAT-Europa y Relaciones Institucionales de Ideas, Carola Reintjes.

Durante la inauguración, el consejero reiteró el compromiso del presidente José María Barreda con la promoción del comercio justo y el consumo responsable *“a través de subvenciones y ayudas para las actividades de esta iniciativa solidaria”* y seguir formando y poniendo a disposición del ciudadano los principales temas de consumo *“para inculcar a los más jóvenes las pautas necesarias que les lleve a ser consumidores conscientes, críticos, solidarios y responsables”*.

Así, aseguró, *“nuestra gran apuesta de futuro está en la introducción en la escuela de los valores del comercio justo a través de actividades de aprendizaje lúdico que en el marco de un mundo globalizado contribuirán a conseguir una sociedad más justa”*.

Durante los días 20 a 26 de octubre, en el Recinto Ferial de Albacete, se organizaron, además, otras iniciativas paralelas que han contribuido a dinamizar la muestra, que contó con un total de 25 stands, en los que se mostraban distintos productos agropecuarios y artesanales certificados como comercio justo.

A su vez, se confeccionó un programa de actividades de sensibilización y formativas dirigidas a toda la ciudadanía, instituciones y empresas, en el que se incluyeron una Jornada sobre Contratación Pública Sostenible, el Congreso Regional de Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) y otros actos más lúdicos como cine, talleres, pasacalles, cuentacuentos, circo, moda, concurso de cocina y degustación popular.

Entre la treintena de colectivos que participaron activamente en el desarrollo de la cuarta edición de Feria, destacan organizaciones de Comercio Justo con presencia en Castilla-La Mancha, cooperativas de productos ecológicos y otras asociaciones de carácter social y cultural (Asociación Romero, Red Castilla La Mancha, Amigos del Tercer Mundo, Solidaridad Desarrollo y Paz, Gades, Maderas Nobles, Seten, Fide, Uccue, Sotermun, Ideas, Copade, Ayuda en acción, Mana, Adra, Medicos

Mundi CLM, Centro de Formación del Consumidor, Greenpeace, Fiare, RqueR, Solman, Intermon Oxfan, Sodpaz, Tierra Llana, Cáritas Diocesana, Manos Unidas, ACCP, Unicef, Justicia y Paz, Delwnde).

En el contexto de esta IV edición de la Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable, el Consejero de Salud y Bienestar Social, Fernando Lamata, asistió al acto de entrega formal de la recaudación voluntaria obtenida por los 42 colegios de la ciudad y pedanías, que participaron en el proyecto educativo “Albacete ciudad educadora”, mediante el reparto de “agendas escolares 2008-2009”.

Fernando Lamata puso en valor la importancia de este tipo de eventos que permiten mostrar otras realidades sociales y ofrecer canales de participación para que los agentes sociales se comprometan en el movimiento del comercio justo y el consumo responsable.

La organización beneficiaria de esta recaudación, como ya se citó en el epígrafe 4.3.1.6. *Programas y proyectos educativos* fue la fundación ecuatoriana “Maquita Cushunchic-comercializando como hermanos”.



Finalmente, en el marco de las actividades paralelas organizadas con motivo de la Feria, destacó también el Concurso de Cocina, en el que los platos fueron elaborados con ingredientes de Comercio Justo para así dar a conocer tanto a los participantes como al público en general este tipo de productos.

La iniciativa fue presentada por la Asociación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios APACCU Los Llanos de Albacete. Un bizcocho

de manzana, nueces y mango, elaborado por Corpus Palacios Monescillo se alzó con el primer premio. El segundo recayó en Josefa García García, que preparó tiramisú y Antonia Ochoa García consiguió el tercer premio con su tarta de manzana y guayaba.

P.D. Parte de la información recogida en los capítulos de esta segunda parte de la publicación, tanto textual como gráfica, ha sido tomada de diferentes números de la publicación periódica "Reseñas de Consumo", editada por el Instituto de Consumo de Castilla La Mancha y confeccionada por Sonia Tortosa.

## **5. Apéndice** (selección de artículos relacionados publicados por el autor)

A continuación, y para finalizar, se incluyen en este apéndice una breve selección de artículos publicados por el autor en relación con las materias tratadas en esta publicación.

### **5.1. ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE EL COMERCIO JUSTO.**

La reflexión radical sobre el comercio justo debe girar en torno a su razón de ser y ésta no es otra que constituirse en un instrumento de cambio social y no en un fin en si mismo. El comercio justo debe participar en sintonía con otras acciones del proceso de transformación que se debe acometer en todos los ámbitos para alcanzar una sociedad más justa y solidaria. De lo contrario podría convertirse en un nuevo modelo comercial al servicio de los poderes económicos al uso. Esta "asimilación" que ya empieza a percibirse, no sólo desvirtúa al comercio justo, sino que se enriquece a su costa y le despoja de toda la fuerza ideológica que lleva consigo.

No obstante, es preciso asumir un proceso de penetración en el mercado que implica una serie de ajustes necesarios así como el diseño de estrategias adecuadas para afrontar las debilidades que la comercialización de productos de comercio justo presenta ante las empresas ya implantadas en el comercio convencional. Quizás, en este punto, es donde cobra mayor sentido el apoyo administrativo e institucional que tienda a compensar los déficits estructurales y de otra índole en orden a favorecer la "normalización" del comercio justo según las leyes del mercado actual (creación de un espacio propio en la relación producción/consumo) en tanto la demanda de los consumidores le dota de carta de naturaleza.

Otro aspecto clave en el plan de actuaciones a llevar a cabo es el derivado de la adicionalidad que conllevan los productos de comercio justo. Para que esta adicionalidad en el precio no suponga un criterio negativo en la decisión de compra de los consumidores, tan sesgada por este factor, cobra especial importancia la adopción de medidas administrativas de discriminación positiva así como de acreditación de calidad que coadyuven

con la sensibilidad de los consumidores hacia esta práctica comercial de consumo solidario. Obviamente, la intervención del marketing solidario, en su sentido más ético de buenas prácticas, contribuye a la captación y fidelización de nuevos clientes.

En definitiva, urge sincronizar la concienciación del ciudadano como consumidor responsable con una oferta suficiente y atractiva que satisfaga sus necesidades a través de las características inherentes de los productos y, como valor añadido, le posibilite su participación activa y corresponsable en la búsqueda de un mejor futuro para todos, o al menos, dotar de oportunidades para ello.

(Publicado en *Justamente*, octubre de 2003)

## **5.2. LIBERTAD PARA CRECER (LOS DOBLECES DE LA ÉTICA EMPRESARIAL).**

En el ámbito de la ética empresarial, la lucha contra la pobreza plantea para las empresas el conflicto de cómo compatibilizar la búsqueda del beneficio como objetivo permanente con la necesidad de participar de los cambios sociales más importantes.

En consecuencia, los empresarios dirigen sus negocios adonde esté el dinero, es decir, a la población más adinerada, por lo que como tales no podrían, *si lo pretendieran*, combatir la pobreza. Sin embargo, una nueva estrategia empresarial extiende la acción ética- *¿o el negocio?*- a los segmentos de población que no cuentan con recursos económicos: es la denominada Base de la Pirámide (B.D.P.), o lo que es lo mismo, el capitalismo como respuesta, como bien recoge la publicación “Compromiso Empresarial” en su segundo número.

La propuesta del profesor C.K. Prahalad, de la Universidad de Michigan en Estados Unidos, contempla un enfoque diferente para la relación de las empresas con un mercado de 4.000 millones de personas que viven con menos de cuatro dólares al día, es decir, dos tercios de la humanidad que están actualmente excluidos de la economía de mercado y viven en extrema pobreza. Estos millones de pobres constituirían la base de una pirámide poblacional, a nivel mundial, si la distribución se realizara de acuerdo a su poder adquisitivo.

Las premisas sobre las que se asienta el mercado de la Base de la Pirámide podrían concretarse en las siguientes:

- la población que no tiene satisfechas sus necesidades básicas (agua, educación, energía,..) presenta también oportunidades de negocio;

- se vive al día ya que lo único que hay son los ingresos diarios del trabajo;
- se trata de una economía informal dado que, en este caso, el consumidor está fuera del mercado, *-¿de momento?-* ya que resuelve sus necesidades por cauces alternativos;
- esta población es eminentemente rural lo que posibilita una mayor aportación de renta disponible ya que no suelen tener problemas de vivienda *-¿vivienda convencional, se supone?-* y, además, disfrutan del autoconsumo de alimentos, etc., *-¿así planteado tendrían las necesidades cubiertas?-*;
- las relaciones están basadas en contratos sociales informales no legales;
- curiosamente, pagan un alto precio por los bienes básicos *-¿y entonces no sería más adecuado invertir en facilitar un mejor acceso a los bienes básicos proveyendo de infraestructuras y servicios (agua, luz, teléfono,...) que abaraten sus costes, ya que sí disponen de materias primas y otros recursos, además de mano de obra barata, que permitirían un intercambio comercial más simétrico y equitativo?;*
- no acceden al crédito salvo que obtengan la financiación a través de la usura *- ¿a ésta, en alguna ocasiones, también se acercan algunos servicios financieros normalizados y, quizás, otros ofertados en determinadas circunstancias y de maneras muy peculiares dirigidos a ciertos segmentos de población?-*.

No obstante, la Base de la Pirámide no queda circunscrita a la exploración *-¿explotación?-* de nuevos mercados ya que las corporaciones transnacionales aunque irrumpieron hace años en los países en desarrollo, sin embargo, aún no han hecho frente a las necesidades de la población de renta más baja. Los objetivos exclusivos de sus estrategias de negocio han sido: extraer las riquezas y recursos de los países de acogida *-a cambio de deuda externa y dependencia económica y política a largo plazo-*; buscar mano de obra más barata *-con la consiguiente deslocalización empresarial-*; y ampliar su mercado hacia las clases más acaudaladas del país en cuestión *-penetrar en los mercados emergentes, como alternativa a la saturación existente en los de los países del Norte, induciendo a su población en la satisfacción de necesidades superfluas dirigidas a un segmento reducido de aquélla-*. Consecuencia de la intervención de estas empresas es que, en el mejor de los casos, han podido crear puestos de trabajo, generar riqueza, o incluso, mejorar las condiciones laborales pero han dejado de atender las numerosas necesidades de esos millones de personas para los que no se desarrollan productos o servicios.

Y es que, además, ser pobre resulta muy caro. Los servicios básicos son, comparativamente, mucho más baratos en los países del Norte que en los del Sur. Por ejemplo, en zonas chabolistas de algunas ciudades de la India pagan por el agua treinta y siete veces lo que pagan los que viven en las zonas residenciales de esas ciudades; y la comida es también entre un 20 y un 30 por ciento más cara. Esta paradoja deviene de la falta de infraestructura y el desinterés de las empresas por la población pobre.

Para las empresas, paradójicamente también, resulta atractiva esta gente que vive precariamente debido al poder de compra agregado que tienen sus comunidades. Sirve con calcular 4.000 millones de pequeñas aportaciones que, incluso, pagan mucho más por la mayoría de las cosas – *aunque parezca mentira, competir en este segmento puede ser rentable*-. La clave radica en la oferta de productos y servicios eficientes, económicos y que atiendan sus necesidades y favorezcan su desarrollo económico y su bienestar físico – *ahora bien, ¿es el modelo actual de desarrollo tan idóneo como para perpetuarlo colonizando mercados?*.

En estos casos, la forma de hacer negocio de las multinacionales cambia debido a que el consumidor pobre no está sujeto al mercado pues si no tiene dinero no puede comprar, por lo que los precios se conforman analizando lo que está dispuesto a pagar y el margen empresarial previsto. El resto de la ecuación se obtiene a través de estrategias como la incorporación de comerciales locales que acerquen la empresa a la población y a los que se les facilita microcréditos que devuelven a través de las ventas que realizan – *¿pero su autonomía, los beneficios para vivir con dignidad y poder progresar así como la reversión de su trabajo en mejoras para la comunidad, puede ser igual a cero?. No se trata, pues, de prestar dinero a quién no lo tiene para que lo gaste de manera que beneficie a quién vende, que es a su vez el que presta y da trabajo, contribuyendo a la rentabilidad de la empresa en su doble vertiente de trabajador y consumidor*-.

Asimismo, precisan la extensión de la comercialización para penetrar en el mundo rural y poder alcanzar así el efecto de agregación necesario mediante productos regionalizados ajustados a sus gustos, teniendo muy en cuenta la peculiaridad con la que la falta de bienes marca sus necesidades como consumidores.

Sin olvidar casos positivos como, por ejemplo, aquellos que promueven condiciones más higiénicas de los productos mediante el envasado de la leche a granel por empresas de tetrabrik, encontramos que la Base de la Pirámide puede presentar dobleces de la ética empresarial como lo demuestra el hecho conocido de habituar al consumo de leche en polvo para lactancia artificial en poblaciones sin recursos económicos ni calidad sanitaria del agua para ello; o, también, la venta de productos de menor calidad (como podría ser el “pan de ayer”) y género devuelto por los puntos

de venta tradicionales con un precio entre un treinta y un cuarenta por ciento más barato en los barrios periféricos de ciudades mexicanas - ¿estaríamos ante una división de clases de consumidores?.

La integración en la economía de mercado tiene en este caso un precio tan alto como es el endeudamiento de futuro. La pretensión de que nadie quede fuera del mercado propicia la estabilidad del modelo económico y social actual, que determina beneficios crecientes para unos cuantos en detrimento de una mayoría, y sobredimensiona los problemas al globalizar los errores que produce. Este tipo de “solidaridad” no conlleva igualdad.

La exclusión a través del consumo debe evitarse ciñéndose a la disponibilidad de los bienes de primera necesidad, o de lo contrario, se convertirá en una exclusión cíclica por el empobrecimiento que se les pueda ocasionar de nuevo a los que no tienen recursos cuando consumen lo que se les determina que consuman. La población empobrecida debe poder elegir hacia dónde orientar su desarrollo sin quedar vinculados necesariamente al “paraíso” que se les ofrece a costa de sus opciones de disfrute personal, social y medioambiental.

Por tanto, la verdadera acción ética de las empresas es crear un escenario propicio para ensayar modelos económicos y sociales basados en la cooperación, la solidaridad y la igualdad, ayudando con inversiones en industrias locales que asuman todo el proceso de producción, y alimentando las relaciones autóctonas en detrimento de las tentaciones financieras externas.

Por otra parte, en España también se recogen experiencias al respecto en el sector bancario con la creación de áreas de negocio para inmigrantes cuyo número ha incrementado, en buena medida, el segmento social que constituye la BDP de la sociedad española – *conviene recordar aquí que el problema del sobreendeudamiento afecta, principalmente, a aquéllos que no tienen dinero. El que lo tiene puede pagar mientras que el que no lo tiene tampoco puede devolverlo. El riesgo provocado consiste en gastar un dinero que no se tiene*- Afortunadamente, también parecen quedar erradicadas otras prácticas como el cobro de comisiones bancarias en transferencias para donaciones solidarias.

En definitiva, la ética empresarial y, más concretamente, la Responsabilidad Social de las Empresas y la estrategia de la Base de la Pirámide son bienvenidas siempre que no presenten el doblez del marketing encubierto y agresivo y otras operaciones de maquillaje de las grandes corporaciones transnacionales que llegan a crear “lobbies” económicos y de poder en los países de acogida y, lejos de retar a la pobreza, pretenden instaurar determinados estilos y comportamientos de vida acordes con su negocio, induciendo necesidades aparentes y no

sentidas que privan de la libertad de gasto a quienes la padecen. Frente a esto, se impone la gestión de los recursos escasos de manera eficiente y que no dé cabida a otro tipo de intereses; que prime el *valor de dar oportunidades*, como motor de crecimiento, sobre el *préstamo a alto interés* bajo el paraguas de un negocio “caritativo”.

Los cimientos están en las bases y la estabilidad que soportan debe servir para canalizar los procesos y flujos que circulan en progresión ascendente y no a la inversa, ya que así se garantiza una verdadera ciudadanía soberana, tan necesaria en momentos en los que afloran elites que se arrojan importantes privilegios locales hasta pervertir el sistema en un propio de castas que en nada contribuye a una mejor redistribución de los recursos que repercute en una vida más digna de los que menos tienen y en la oportunidad de cambio para aquellos que no cuentan.

(Publicado en el número 41 de *Reseñas de Consumo*, octubre de 2005)

### **5.3. CONSUMIR CON ETICA, ELEGIR FUTURO**

Los cambios producidos en la sociedad de consumo durante estos últimos años y, en especial, los relativos a la globalización y la creciente brecha que se abre entre los grupos de productores y de consumidores obligan a llevar a cabo un replanteamiento de las condiciones en que se viene manejando el mercado de bienes y servicios convencionalmente así como de los agentes que en él operan.

Para los consumidores la opción que se nos presenta no permite otra respuesta que no sea la del compromiso social de la corresponsabilidad a través de un consumo responsable. Es decir, manifestar nuestra condición ciudadana en cada una de las decisiones de compra que hacemos día a día e intervenir en los procesos de transformación para inferir un mundo más justo y solidario.

Dotar a nuestros actos de consumidores y usuarios de un valor ético implica distanciarse de criterios exclusivamente económicos para incorporar otros de carácter marcadamente social. Una reflexión al respecto no sólo nos llevará a comprender la trascendencia del papel que jugamos (nunca antes los consumidores habían tenido la capacidad de influencia que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación les proveen) sino también la asunción personal de que nuestro consumo va más allá de la satisfacción de necesidades individuales inmediatas para convertirse en un impulso creciente de consecuencias transpersonales.

Esta concepción holística conlleva la concienciación de todos y cada uno de los ciudadanos ya que esa aportación que hacemos, lejos de resultar insignificante y quedar a expensas de los grandes movimientos, resulta decisiva a la hora de establecer reequilibrios de fuerzas conseguidos mediante las acciones de persuasión/disuasión que acompañan a las decisiones de compra de los consumidores. En definitiva, la suma de las partes supera al todo.

Por todo ello, el consumo debe orientarse hacia la colectividad y no hacia al individuo para sustentarse sobre las bases de la igualdad, la solidaridad y la sostenibilidad y desde ahí obrar como un elemento de integración social que contribuya a incrementar la calidad de vida, que garantice la conservación del medio ambiente, que extienda el acervo cultural de los pueblos, que no condicione la libertad de las decisiones de compra ni el futuro económico de las familias, que conlleve una redistribución de la riqueza y garantice los servicios y suministros básicos para vivir de manera digna, que se solidarice con los colectivos más vulnerables y que coopere en el desarrollo de las comunidades de productores de los países más desfavorecidos.

Esta elección de futuro que parte de la incorporación de la ética al consumo requiere de herramientas que están al alcance de los responsables de las políticas públicas de consumo y que deben ser reivindicadas por los consumidores como modelo de participación y de responsabilidad compartida. Esas herramientas se concretan en la información, la formación y la educación para inducir nuevos hábitos y valores compatibles con la perspectiva ética del consumo, en la sensibilización sobre el uso racional de los recursos o en la promoción del comercio justo y la economía solidaria, sin olvidar el factor de aprendizaje que supone la reactivación del cooperativismo.

Una muestra de las repercusiones que se extienden por los efectos del denominado consumo ético la constituye la recuperación de la figura del prosumidor (producir para consumo propio) que allá por la década de los setenta del siglo pasado anticipaba de manera clarividente Alvin Toffler. Al respecto podríamos referir que el avance hacia la desincronización y la jornada laboral parcial, la aparición del hogar electrónico y la modificación de la estructura familiar, entre otros, son cambios que abocan a nuevos estilos de vida.

La redefinición de la jornada completa con una duración menor motivada por las previsiones de desempleo y pensiones lleva a la cuestión del ocio. En el actual contexto, adquieren dimensión práctica nuevos estilos de vida basados, por una parte, en la producción para el intercambio, y por otra, en la producción para el uso. Es posible crear estilos de vida que sean más plenos y variados, menos monótonos, más creativamente satisfactorios y menos influidos por el mercado.

La distribución del tiempo en trabajador a jornada parcial y prosumidor a jornada parcial conlleva, además, la erradicación no sólo de la ética protestante del trabajo que ha imperado en los últimos años sino también la ética adquisitiva que provocó la definición claramente económica del éxito personal. En vez de clasificar a las personas por lo que poseen, como hace la ética del mercado, la ética del prosumidor atribuye un elevado valor a lo que hacen. Además del dinero cuenta la seguridad en sí mismo, la capacidad de adaptarse o de hacer cosas con las propias manos. La ética de producción que ensalza la especialización tendrá que ceder el paso a la generalización propugnada por la ética del prosumidor. En definitiva, la consecución de una vida más equilibrada.

Incluso, la elección compartida debe alcanzar a las empresas, reflejándose en su responsabilidad social corporativa, y a las administraciones en el momento de las compras públicas o de aplicar correcciones de discriminación positiva que permiten poner en marcha actuaciones que conducen con prioridad a los principios señalados.

Finalmente, este sentimiento ético del consumo posibilita, a su vez, respuestas a los riesgos actuales que presenta el consumo actual (exclusión, inseguridad, alienación, etc.) y además garantiza a las generaciones futuras la oportunidad de poder disfrutar de una sociedad de consumo más justa y gratificante para todos.

(Publicado en el número 14 de *Saudiña*, febrero de 2008)



Fundación  
Iberoamericana  
para el Desarrollo

La Fundación Iberoamericana para el Desarrollo, FIDE es una ONGD autónoma y aconfesional que desde nuestros comienzos en 1991 hemos fomentado iniciativas de personas y colectivos de Iberoamérica para crear proyectos en torno a la Economía Solidaria.

Hemos capacitado y apoyado el potencial emprendedor creando: centros direccionales, cooperativas, microempresas, microcréditos, bancos comunales, bancos de semillas, bancos de tiempo y fomentando el consumo responsable y el comercio justo en Castilla-La Mancha.

Todo esto lo hacemos para el desarrollo individual y colectivo de las personas y el entorno donde residen fomentando el desarrollo humano sostenible. En FIDE creemos que la ECONOMÍA SOLIDARIA forma parte de la cooperación para el desarrollo y que esta es una cuestión de justicia, respeto y compromiso con las personas y el entorno.

Si quieren más información entren en [www.fundacionfide.org](http://www.fundacionfide.org)

Para contactar con la Delegación en Castilla – La Mancha [cmancha@fundacionfide.org](mailto:cmancha@fundacionfide.org)



La Fundación Humanidad y Desarrollo, es una Entidad sin fines de lucro, sin tendencia política alguna ni religiosa, que busca el desarrollo del Ecuador, mediante la implementación de diversos proyectos tendientes a mejorar las condiciones del país. No solamente nos enfocamos en la realización de infraestructuras sino también de educar a las personas para el Desarrollo.

No forzamos procesos sino que los generamos e impulsamos, tomando en cuenta que los beneficiarios se involucren en el proceso y participen del mismo, podríamos resumir nuestra visión del desarrollo en que “buscamos enseñar a pescar y no dar el pescado”, esta frase claramente manifiesta que nuestra entidad no es asistencialista sino que busca generar procesos autosustentables pero no solo atendiendo las necesidades materiales del individuo sino también las necesidades superiores.

Contamos con una amplia cartera de proyectos en busca de su apoyo.

Por más información sobre nosotros visítenos en [www.fundacionfhd.org](http://www.fundacionfhd.org) o comuníquese por email a [info@fundacionfhd.org](mailto:info@fundacionfhd.org)

**Alejandro Salcedo Aznal**, Coautor del libro

Sí desean contactar con el coautor Alejandro Salcedo lo pueden hacer en la dirección de correo electrónico: [asalcedo@jccm.es](mailto:asalcedo@jccm.es)

**César Marcillo Vaca**, Coautor del libro

Sí desean contactar con el coautor César Marcillo Vaca lo pueden hacer en la dirección de correo electrónico: [marcillocesar@hotmail.com](mailto:marcillocesar@hotmail.com)