

CONSUMO RESPONSABLE y ECONOMIA SOLIDARIA.

Hacia un Consumo más responsable.

El sistema económico capitalista actual contribuye a la práctica de conductas consumistas trayendo consecuencias y desequilibrios de tipo económico, medioambiental y social. Ante esta realidad, se presentan alternativas como el Consumo Responsable, que implica alternativas y prácticas de acción cotidiana sustentadas en un conjunto de valores.

Entonces hablar de Consumo Responsable implica

- **Conciencia**, búsqueda de información y contra información
- **Acción** a través del cambio de los propios actos,
- **Compromiso ciudadano** para el cambio, dentro de las posibilidades que tenemos.

Criterios para el Consumo Responsable:

Desde REAS Navarra nos explican algunos criterios que podemos utilizar para realizar un consumo responsable¹: Elegir productos y servicios de iniciativas económicas solidarias, consumir productos ecológicos, productos locales y productos de Comercio Justo, distinguir la diferencia entre valor y precio, elegir productos y prácticas que utilicen energías renovables o que necesiten menos consumo energético, no especular con la vivienda, ya que es un bien de primera necesidad, hacer un uso responsable del agua, y compartir recursos y necesidades de forma colectiva.

Ser consumidor responsable es también *informarse, formarse y denunciar* las repercusiones que tienen de carácter económico, social y ambiental la producción y distribución de muchas prácticas que realizan las empresas convencionales.

Algunos ejemplos del Consumo responsable² que nos pueden servir en el día a día:

- *A nivel organizacional*, mediante la Compra Pública Responsable (verde, social y ética), la práctica de las 3 R (reducción, reutilización y por último reciclaje...), sensibilización hacia la ciudadanía...
- *A nivel individual*, las opciones son muchas y de diferente tipo:
 - ✓ **Segunda Mano**. Utilizando objetos y ropa de segunda mano cuando sea posible, evitaremos un gasto innecesario a la vez que ahorraremos recursos naturales alargando la vida útil de los productos.
 - ✓ **Comercio Justo**. Los productos de CJ tienen una garantía social y medioambiental que muchas empresas no proporcionan. Asimismo mediante la compra de estos productos estamos optando por un modelo de comercio donde no prima el beneficio económico, sino criterios de justicia y equidad.
 - ✓ **Reducir, Reutilizar y Reciclar**. Son los principios básicos del consumo responsable, comprar sólo lo que necesitamos, alargar la vida útil de los productos y, cuando no tiene más utilidad integrarlo en el ciclo productivo mediante el reciclaje.
 - ✓ **Software Libre**. Esta es la denominación del software que brinda libertad a las personas usuarias sobre su producto adquirido y por lo tanto, una vez adquirido se puede usar, copiar, estudiar, modificar y redistribuir libremente.

¹ http://www.economiasolidaria.org/redes/reas_navarra

² Emaús Fundación Social, Guía de Educación para el Desarrollo para personas adultas, 2009.

✓ **Contrainformación.** Es la información transmitida por grupos independientes desvinculados del poder político o económico, que surge como una mirada alternativa y crítica a los problemas del mundo que ofrecen los medios convencionales de información, resaltando también las diferentes reivindicaciones que hacen los movimientos sociales.

✓ **Turismo Responsable.** Este tipo de actividad de ocio implica toda actividad planificada o espontánea que consiste en la visita de un espacio natural o cultural donde las partes relacionadas se respetan, beneficiándose mutuamente y manteniendo de forma sostenible las condiciones que la impulsaron.

✓ **Comercio pequeño y local.** Siendo conscientes de que el pequeño comercio tiene un rol fundamental en nuestros barrios de socialización y creación de trabajo, elegir comprar en estos comercios y no, cuando sea posible, en las grandes superficies contribuiremos al circuito de la economía local.

✓ **Participación en grupos de consumo local.** Se trata de experiencias que agrupan a nivel local a personas que buscan promover un modelo de consumo cde proximidad, ecológico y estableciendo unas relaciones directas entre consumidor y productor.

✓ **Bancos del Tiempo.** Designa una antigua forma de intercambio de servicios y productos por otros productos donde la moneda de intercambio son las horas de nuestro tiempo.

En conclusión, podemos afirmar que el consumo responsable es una respuesta a las prácticas fomentadas por el consumismo y que empieza desde el consumo individual pero también implica las prácticas responsables en todas las instituciones. Asimismo el primer paso es ser conscientes de nuestro poder de elección, informarnos, actuar y transformar desde nuestro espacio las practicas cotidianas.

El Comercio Justo.

Definición: El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional.

Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur.

Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.³

- ✓ El Comercio Justo debe ser una herramienta para permitir el acceso al mercado de organizaciones que apoyan la transformación de la sociedad de la que forman parte, dando a conocer la situación de las mismas.
- ✓ El CJ no debe ser una estrategia aislada en la lucha contra las desigualdades Norte – Sur, limitándose únicamente a los aspectos económicos y comerciales, sino ha de ser un factor globalizante de cambios estructurales, vinculando lo local, lo regional, lo nacional y lo internacional en la perspectiva del desarrollo endógeno y autocentrado o de proximidad de las personas productoras desfavorecidas o excluidas.
- ✓ No se trata de una mera relación comercial, sino de la cooperación y la solidaridad entre productores del Sur y consumidores del Norte, entre consumidores del Norte y personas productoras del Norte que han de dar prioridad a la satisfacción de las necesidades humanas y a la sustentabilidad de la vida en contra de lo inhumano y antinatural.
- ✓ En síntesis, el Comercio Justo es una cuestión de responsabilidad individual, social y colectiva.
- ✓ El CJ reclama que el centro de las relaciones comerciales ha de ser la persona y la comunidad, siendo así el CJ una herramienta para que estos puedan caminar hacia un Desarrollo Humano Sostenible.⁴

³ Fuente: FINE

⁴ Fuente: "El rompecabezas de la equidad. Investigación y aportes críticos al Movimiento de Comercio Justo."

Criterios del CJ:

- ✓ Salarios y condiciones de trabajo dignas.
- ✓ Desarrollar y mejorar las condiciones de las comunidades destinando parte de sus beneficios.
- ✓ Pre- financiación y relaciones comerciales a largo plazo.
- ✓ Respeto al medio ambiente, a la cultura y a los sistemas tradicionales de producción.
- ✓ No hay explotación infantil.
- ✓ Participación democrática en la toma de decisiones y en el funcionamiento.
- ✓ Igualdad entre hombres y mujeres en salarios, voz y voto.
- ✓ Garantía de un precio mínimo en la venta de los productos por el trabajo realizado.
- ✓ Productos de calidad.
- ✓ Ofrecer información del producto a los consumidores.

Dimensiones del Comercio Justo:

- Comercialización.
- Sensibilización.
- Incidencia Política.

UNA MIRADA A CREATIVE HANDICRAFTS

La historia de Creative Handicrafts comenzó con una chispa, la chispa de una idea que surgió de la Hna. Isabel Martín, una misionera española de la Congregación de las Misioneras de Cristo Jesús. Fue esta chispa la que ayudó a reavivar la llama de la vida de las familias de las pequeñas comunidades en los slums (barrios de chabolas) de Bombay, en la India.

A lo largo de los años, Creative Handicrafts se ha convertido en una organización india independiente, no religiosa y sin ánimo de lucro. La propiedad de la organización es de los miembros que la forman, siendo la mayoría de ellos mujeres que trabajan en Grupos de Autoayuda. El hilo que las mantiene unidas y aquello que es común a todas estas mujeres es la difícil situación vital a la se que enfrentan cotidianamente. Las mujeres se enorgullecen de pertenecer a la organización, de formar parte del equipo que establece la visión y metas de la organización y de esforzarse por alcanzarlas.

Hoy Creative Handicrafts cuenta con 11 Grupos de Autoayuda totalmente desarrollados, que producen distintos artículos: juguetes de tela, prendas de vestir, textil para el hogar y otros productos, así como artículos de artesanía por encargo y personalizados. Los productos se comercializan en la India y en el extranjero: en el exterior a través de tiendas y organizaciones de Comercio Justo, y en el mercado interior a través de ferias y exposiciones, ventas en colegios, universidades, instituciones, parroquias, mercadillos, etc. Las nuevas iniciativas de Creative Handicrafts, tales como el "Proyecto Asli Foods" (comida preparada y caterings), "Rickshaws" (primera flota de taxis-rickshaws conducidos por mujeres), grupos de ahorro y crédito, etc. Están funcionando muy bien. Los "Programas de Desarrollo Comunitario" están produciendo un importante impacto en las comunidades, ya que atienden a las necesidades Comunitarias durante periodos extensos de tiempo. Hoy en día Creative Handicrafts ha alcanzado una etapa en la que puede soñarse con su expansión y consolidación.

Fuente: extracto SETEM (2006): El Comercio Justo en España 2006, ICARIA, pp.90.
<http://www.setem.cat/pdf/el%20ci%20en%20espanya%202006.pdf>

COMPRA PÚBLICA RESPONSABLE.

Actualmente las administraciones públicas están tomando cada vez mayor protagonismo y conciencia de su papel como actores activos del desarrollo humano local. De esta manera las prácticas de Compra Pública Responsable son una herramienta para su consecución. Cuando una administración pública adjudica un contrato de obra, suministro o servicio está generando un gran impacto en el mercado y en su entorno cercano:

- Las compras de las administraciones públicas de la Unión Europea en su conjunto suponen el 16% del Producto Interior Bruto (PIB) de la Unión Europea.⁵
- La Administración como referente y ejemplo. Para crear conciencia, buenas prácticas e implementar acciones, es fundamental que los poderes públicos muestren ejemplos de actuación en el plano local. La introducción de criterios sociales o medioambientales en la contratación pública incentiva a las empresas a adoptar esos mismos criterios y a desarrollar tecnologías y sistemas de producción que sean respetuosas con las personas trabajadoras y el entorno⁶.
- La administración como gestora de los fondos públicos. El interés general como criterio fundamental en la gestión pública implica un comportamiento respetuoso con la sociedad y el medio ambiente y dar respuesta a la creciente concienciación de las personas consumidoras respecto a las condiciones de elaboración y producción de los productos o servicios suministrados.

En el ámbito europeo se están dando diferentes campañas que promocionan la Compra Pública Responsable. Estas iniciativas contribuyen a la construcción de relaciones comerciales más responsables y a la promoción de productos y servicios con un valor añadido de justicia y equilibrio ambiental. Cabe destacar que en el pasado mes de mayo, mediante un informe, el Parlamento Europeo (PE) “Pide a la Comisión que anime a las administraciones públicas a introducir criterios de Comercio Justo en sus licitaciones y sus políticas de compra, usando como base la definición de Comercio Justo que fue reconocida por el Parlamento Europeo en la resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo el día 6 de junio de 2006.” Además el PE “reitera su anterior petición a la Comisión de promover esto por ejemplo con instrucciones constructivas para la compra pública de Comercio Justo. El PE acoge de buen grado la aceptación unánime del Comité de las Regiones de la Opinión en la que se pide una Estrategia Europea Común de Comercio Justo para autoridades locales y regionales.⁷”

Cuando hablamos de Compra Pública Responsable podemos distinguir los siguientes componentes: **compra ética, compra verde y compra social.**

La Compra Pública Ética se relaciona a la contratación pública de bienes o servicios que tienen en cuenta criterios éticos relativos al cumplimiento de convenciones o tratados internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas de las personas como son: salarios mínimos, derechos de las personas trabajadoras, lucha contra la explotación laboral infantil, garantizan la equidad de género. De esta manera se da preferencia en sus procesos de compras a las empresas proveedoras y a los productos que, como son los estándares de Comercio Justo, buscan un comercio que garantice el desarrollo sostenible de los pueblos y las personas productoras.

La compra verde, se refiere a la adopción por parte de las autoridades, empresas y organizaciones de un compromiso a favor del desarrollo sostenible a través de la introducción de cláusulas medioambientales en los pliegos de la contratación pública. La Comisión Europea ha elaborado un manual de Compra Verde en el cual se explica a las personas responsables de la compra pública los pasos necesarios para introducir una estrategia de contratación con criterios ambientales, organizar el proceso de contratación, definir los requisitos y criterios en la selección de las empresas proveedoras y contratistas, como así también la adjudicación y ejecución del contrato.

La Compra verde supone que, además de tener en cuenta el comportamiento ambiental de los materiales y productos usados o adquiridos, deberá tenerse en cuenta también los métodos y procedimientos en la ejecución de los contratos y el comportamiento ambiental de los proveedores y de los propios fabricantes. Por ejemplo en una contratación de servicios de limpieza, los productos de limpieza deberán ser ecológicos y el servicio deberá tener el menor

⁵ La Comisión Europea calcula que las autoridades públicas en Europa tienen un poder adquisitivo de un billón y medio de euros (aproximadamente, el 16% del PIB de la UE). Tres cuartas partes de este poder están dirigidas a la contratación de bienes de consumo y servicios, y el resto se gasta en la adquisición de bienes de capital.

⁶ Reintjes, C. “Compra Pública con valores y criterios sociales y solidarios” ponencia.

⁷ <http://www.economiasolidaria.org/noticias/el-parlamento-europeo-pide-de-nuevo-a-la-comision-que-fomente-la-compra-publica-de-comercio>

impacto ambiental posible en cuanto al uso de agua y energía, recogida selectiva de residuos, etc.

Según IHOBE, el volumen económico de la compra verde representa aproximadamente un 16% del PIB europeo y el 14% en la Comunidad Autónoma del País Vasco⁸. Esto ha supuesto que la compra verde sea reconocida desde la propia Comisión Europea como un instrumento de alto valor para implementar estrategias medioambientales y de competitividad empresarial.

Por último la Compra Social implica la reserva que hacen las administraciones de una parte de la contratación pública a empresas de inserción, centros especiales de trabajo y entidades que tienen como finalidad la inserción sociolaboral de personas con riesgo de exclusión social. Las administraciones públicas cuentan con dos mecanismos para hacer compra social:

- La reserva presupuestaria que consiste en reservar un porcentaje de la compra pública de contratos menores y negociados a los proveedores sociales.
- Las cláusulas sociales que, de las disposiciones que regulan un contrato, son aquellas que, más allá de criterios exclusivamente económicos, introducen aspectos de política social como criterios de admisión, valoración u obligación de una licitación pública.

Ambos instrumentos son medios de creación de empleo para personas en situaciones de exclusión social y posibilitan el ejercicio de la responsabilidad social de las administraciones públicas.

Legislación de interés.

- Resolución del Parlamento Europeo "Comercio Justo y Desarrollo". Julio 2006 (2005/2245 INI). Llamamiento a las autoridades europeas para que integren criterios de comercio justo en sus concursos públicos. (art. 22, 23 y 24)
- España, Ley de contratos del Sector Público Ley 30/2007. Mecanismos que permiten introducir criterios sociales y medioambientales como condiciones especiales de ejecución de contrato o como criterios para valorar ofertas.
- Comunidad Autónoma Vasca (CAV), BOPV 19 de Junio 2008. Resolución 6/2008. Acuerdo sobre incorporación de criterios sociales, ambientales y otras políticas en la contratación de la Administración y la Comunidad Autónoma y de su sector público.

MERCADO SOCIAL.⁹

¿Qué es?

Por Mercado Social entendemos **una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y aprendizaje común** que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, **constituída tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos.**

Valores:

- relaciones democráticas y equitativas
- producción y consumo responsables
- justicia social e igualdad de oportunidades
- equidad económica: sin afán de lucro
- comercio justo
- respeto al medio ambiente
- desarrollo local y soberanía alimentaria
- sensibilización para la transformación

⁸ Para más información <http://www.ihobe.net/Paginas/Ficha.aspx?IdMenu=95390acd-6155-45cc-b339-1e2b3e4435ef>

⁹ Fuente: http://www.economiasolidaria.org/mercado_social



Los integrantes del mercado social serán:

- ✓ **Empresas y entidades sociales y solidarias productoras** de bienes intermedios o finales que cumplan los criterios establecidos (Respeto al medio ambiente, Empleo estable y de calidad, Inserción de colectivos desfavorecidos, Compromiso con el entorno, Democracia y participación, No tener el beneficio económico como único fin, Igualdad, Cooperación, Transparencia, Fines sociales, Arraigo al territorio, Calidad, Mejora de la legislación vigente, Otras..)
- ✓ **Empresas y entidades sociales y solidarias distribuidoras** (cooperativas de consumo y de transporte y logística, redes de intercambio, tiendas de comercio justo y de agricultura ecológica...) que cumplan también los criterios establecidos.
- ✓ **Consumidores/as conscientes y responsables**, es decir, las personas que compran siguiendo criterios ecosociales. Consumidores/as que no sólo compran sino que quieren caminar juntos en esa transformación del mercado y de la economía.

¿Cómo funcionaría?

Cada componente (nodo) sea empresa social o consumidor individual, procura consumir al máximo bienes y servicios producidos por el resto de los componentes del mercado social. Los bienes y servicios que circulan en el mercado social cumplen tres criterios: ser socialmente útiles, ser ecológicamente sostenibles y haber sido producidos con equidad y democracia. Cada componente contribuye a crear nuevas empresas sociales vinculadas al mercado social, a fin de ir completando y cerrando ciclos productivos. El mercado social, además de bienes y servicios, genera aprendizaje colectivo, innovación tecnológica, cultura, relaciones sociales, proyectos, valores, etc

Webs de interés.

Consumo Responsable <http://www.consumoresponsable.org/>
 Consume Hasta morir http://www.letra.org/spip/article.php?id_article=3406
 Consume y calla www.consumeycalla.com
 Ecologistas en acción. <http://www.ecologistasenaccion.org/>
 Greenpeace <http://www.greenpeace.org/espana/>
 Greenpeace Guía verde <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/gu-a-roja-y-verde.pdf>
 La rebelión de los productos www.larebeliondelosproductos.org
 Software libre www.softwarelibre.org
 Cláusulas sociales www.clausulassociales.org
 IHOBÉ Compra Verde. <http://www.ihobe.net/>
 Ciudad por el Comercio Justo. <http://www.ciudadjusta.org/>
 Compra pública ética <http://www.comprapublicaetica.org>
 Compra pública responsable <http://comprapublicaresponsable.wordpress.com/>
 Mercado social www.economiasolidaria.org