

# Boletín Internacional de Desarrollo Local Sostenible

*Boletín de información #57 - 1 de abril de 2009*

## Sumario

Mensaje del equipo editorial.....	1
Los desafíos de la generalización de la economía solidaria: algunas reflexiones .....	2

## Mensaje del equipo editorial

En esta edición, Judith comparte sus reflexiones sobre la evolución de la economía solidaria, en especial en Europa: la introducción de los productos del comercio justo u orgánico en las políticas de compras de los servicios del estado, de las instituciones como las universidades o de los grandes grupos de la industria o del comercio. Este tema atrae la atención en varios países hoy en día.

Como fue presentado en el boletín anterior, el movimiento en Brasil reivindica que la ley sobre la alimentación escolar brasilera, garantice la compra al menos de 30% de productos provenientes de iniciativas locales como la agricultura familiar y de la Economía Solidaria. Siempre en este mismo sentido, el RIPESS propone el lanzamiento de una campaña mundial para favorecer las compras públicas y el consumo ético y responsable de bienes y servicios.

El artículo de Judith propone de echar una mirada sobre los desafíos que se deben enfrentar para alcanzar esta situación en Francia y en el Reino Unido, en particular. Existen por supuesto otras iniciativas similares en otros lugares. Como ejemplo, Yvon sabe de la existencia de dos iniciativas de la red de los Centros de la pequeña infancia en Québec (guarderías). Por un lado, muchos de estos centros compran los productos alimenticios orgánicos a los productores locales. Esta práctica es útil para informar los padres y “sensibilizar” los niños desde temprana edad al tema de la alimentación sana. Por otro lado, estos Centros están organizados en cooperativas con el fin de realizar la compra de bienes y servicios de manera colectiva.

Este tema será tratado durante el encuentro Lux '09. Se trata de un tema transversal y hace referencia al consumo responsable (taller 6), a las políticas publicas (taller 1), a las redes (taller9) o a la comunicación (taller 10), etc.

---

¡¡Todo nuestro equipo editorial estará presente de manera muy activa en este encuentro en Luxemburgo!! Les informaremos de las discusiones y de los avances en el próximo boletín del 1ero de junio (puesto que no podremos realizar el del mes de mayo).

Sabemos que muchos de nuestros lectores estarán presentes en este evento. Será para nosotros una alegría verlos en esa oportunidad.

*Equipo Editorial  
Judith Hitchman  
Yvon Poirier  
Martine Théveniaut*

## Los desafíos de la generalización de la economía solidaria: algunas reflexiones

Las experiencias y las reuniones a las que asistí como intérprete inspiraron la redacción de este artículo. Se trata de reflexiones que intentan llamar la atención del lector sobre los desafíos propios al desarrollo de alternativas económicas en un contexto de múltiples crisis mundiales.

### **El comercio justo y las compras locales: ¿complementariedad?**

Un seminario organizado por Max Havelaar Francia sobre “los Territorios del Comercio Justo” ofrece pistas de reflexión. Este programa, subvencionado por un programa Europeo, presenta la siguiente definición:

“Un territorio de Comercio Justo es una ciudad, un pueblo, un país, una zona, una isla o distritito que se compromete a sostener el Comercio Justo y a utilizar los productos con sellos de calidad resultante del Comercio Justo. ¡Todo territorio puede participar de esta propuesta que debe intentar asociar todo el mundo!

Asociaciones locales, ONGs de origen religioso, empresas, escuelas e individuos contribuyen con la construcción del Territorio del Comercio Justo comprometiéndose a trabajar con voluntad para sostener el Comercio Justo y promover la marca FAIRTRADE”.

El comercio justo, así como el alimento orgánico y el circuito directo de aprovisionamiento, incluso la venta directa, del productor al consumidor de los alimentos u otros bienes (en especial los PSLPC: Socios Solidarios Locales entre Productores y Consumidores), constituyen una fuerte tendencia hoy en día. Una diferencia entre estos dos conceptos es que el primero se basa sobre los criterios específicos del Comercio Justo (Cf. los sitios de Max Havelaar y de World Fair Trade Organisation - WFTO - anteriormente IFAT) mientras que el segundo se basa sobre los principios del consumo responsable en el plano local. Pero los dos eliminan los intermediarios e intentan asegurar ingresos correctos para los productores. Esto significa que el productor gana mejor su vida con respecto a la venta de sus productos en los hipermercados (que intentan pagar un precio mínimo a los productores para aumentar los márgenes y los beneficios). De esta manera, el

---

consumidor sale también ganando ya que paga un precio semejante al de la economía convencional y la calidad de los alimentos y de los bienes es mejor.

El otro aspecto fundamental es el respecto sin excepción de los convenios de la Organización Mundial del Trabajo (OIT), lo que garantiza condiciones de trabajo correctas para todos los productores. Cuando las personas tienen salarios decentes, la peligrosa ruta de la inmigración es a menudo relegada. A esto se suma el tema de la soberanía alimentaria, que es un tema central de la política de los gobiernos de ciertos países como por ejemplo el Mali.

Si tomamos en cuenta todos estos aspectos al comprar nuestro canasto de frutas y verduras de la semana, nuestra elección de combinar bananas provenientes del Comercio Justo (fuerte huella de carbono, pero Comercio Justo) con una bolsa de manzanas orgánicas del productor local (nuestros productores orgánicos podrán sobrevivir) parece lógica...! Se trata de elementos claves que permitirán el mantenimiento de una verdadera economía local, en nuestra región o en regiones mucho más lejanas, una alternativa viable a una situación de crisis.

### **Política pública de compras: un lugar para la economía solidaria**

En Europa, las entidades públicas tienen la posibilidad de realizar sus compras respetando la mejor relación calidad-precio, o siendo coherentes con criterios sociales o sociopolíticos. El contrato puede llevarse a cabo sin pasar por una licitación si los montos no son demasiado elevados. En el caso contrario, si debe llevarse a cabo una licitación, puede incluirse dentro de las condiciones cláusulas sociales como la integración de trabajadores desfavorecidos y o cláusulas medioambientales. Italia fue el primer país que introdujo esta dimensión social en las compras públicas en 1991, reservando ciertos mercados a las cooperativas sociales. Pero esta ley debe reexaminarse en el marco de la Comunidad Económica Europea, puesto que el debate se lleva a cabo a nivel de la legislación europea. Hoy en día, la introducción de criterios sociales en los contratos públicos no es una práctica frecuente.

Tomemos el ejemplo de Francia. Hoy es frecuente que los comedores escolares se aprovisionen con productos orgánicos locales (que positivo!). La introducción de otros tipos de productos es más reciente. El ejemplo de la ciudad de Nantes muestra que se puede ir más lejos. Las licitaciones de los uniformes del personal de la Municipalidad incluyen una cláusula específica para favorecer la utilización de textiles provenientes del Comercio Justo (en especial el algodón orgánico justo). Pero la ciudad tiene dificultades para llevar a cabo este proyecto ya que la demanda superó la capacidad de los proveedores. En ese sentido, la demanda puede estimular el mercado. Una gestión voluntaria del sector público podría favorecer el desarrollo de estos proyectos. Otro sector clave es el del papel reciclado.

Dos aspectos culturales claves marcaron las discusiones de este tema durante la reunión a la que se hacemos referencia más arriba. La primera es que la compra de bienes y servicios en Francia suele llevarse a cabo de manera jerárquica. Esta compra es a menudo considerada como un mecanismo de apoyo, que permite a las regiones, a las ciudades o a los países de las Zonas de Solidaridad Prioritaria (ZSP) de la cooperación descentralizada de Francia (las antiguas colonias, en general) de

---

estar asociadas en el plano institucional y de recibir un apoyo financiero para los proyectos de desarrollo local. Por otro lado, varias asociaciones, algunas de origen religioso, intervienen también con el fin de favorecer las comunidades del Sur. Sin embargo, en el Reino Unido, la situación es más bien la inversa. En general, estas propuestas vienen de la sociedad civil (incluyendo las asociaciones religiosas) o de una comunidad local. A menudo deben ejercer una fuerte presión sobre las instituciones y las Autoridades Locales para obtener apoyo. En todos los casos, las Asociaciones de la sociedad civil tienen un rol importante en el marco de un proceso ascendente dentro de un proyecto económico alternativo.

### **Desafíos para la difusión de la venta de bienes y servicios de la economía solidaria**

Otro tema es el que tiene que ver con la toma de riesgos en la compra de bienes y servicios provenientes de la economía alternativa, aun en el seno de las diferentes corrientes alternativas. El Comercio Justo y los productos orgánicos son productos identificables, estén o no oficialmente certificados. Ciertos productos y servicios son, hoy en día, aceptados por el consumidor y por muchas empresas también. Un ejemplo que ilustra esto último es Linux vs. Microsoft. Una persona que elige trabajar con Linux sabe que "no toma" muchos riesgos. Pero las resistencias siguen estando presentes en los grandes eventos alter mundialistas. Por ejemplo, a menudo vemos que existe un rechazo para trabajar con los sistemas alternativos de interpretariado y con la red de intérpretes benévolos puesto que se los considera poco fiables, aun si lo contrario fue probado tanto a nivel humano como material. Un triste ejemplo fue el caso del Foro Social Mundial de Belem. Esto redujo considerablemente la cantidad de actividades con intérpretes así como la posibilidad de los participantes de expresarse según un idioma elegido.

¿No estará subyacente a estas decisiones el temor de que el servicio brindado no alcance el nivel deseado para "su" evento único?. Pero si cada uno de nosotros no incrementa su capacidad de toma de riesgo, ¿como se puede alentar, iniciar los verdaderos procesos de cambio e instalar la confianza? Posner y Schimidt en 1984 llevaron a cabo una estudio sobre los factores que influyen sobre el comportamiento ético y los elecciones de los managers. Los resultados muestran la importancia de la decisión de los superiores jerárquicos como factor de ejemplo. Esta quiere decir, por extrapolación, que el rol de de las autoridades locales en la elección del tipo de compra pueda tener un importante impacto en términos de ejemplaridad. Los primeros resultados del programa de los Territorios del Comercio Justo y del nivel de conciencia que esto provocó los muestra bien. Podría considerarse que el proceso seria semejante en el marco de compras de servicios alternativos, con un poco mas de esfuerzo por la parte de los compradores...

### **Como conclusión**

Los desafíos que deberá enfrentar la economía social y solidaria para desarrollarse plenamente y continuar su camino de construcción de una economía más justa y solidaria son numerosos e importantes. Es a través de un enfoque holístico que las soluciones alternativas podrán aplicarse en el largo plazo y resolver las múltiples crisis que existen hoy en día. Estas soluciones deben aplicarse a nivel local como internacional, relacionando los productos y las normas de la OIT, las cláusulas éticas, los precios justos, la soberanía alimentaria y las relaciones sostenibles. Esto

---

conlleva a la vez, la apertura y una voluntad colectiva de cambio, la toma de riesgos y la búsqueda de alternativas.

*Autor. Judith Hitchman*  
*Artículo original en Inglés y Francés*

Boletín Internacional de Desarrollo Local Sostenible

**Boletines disponibles en la WEB :**

<http://desarrollo-local.blogspot.com/>

[www.apreis.org/](http://www.apreis.org/)

**Agradecimientos**

Traducción al inglés: Éveline Poirier (Canadá)  
Traducción al español: Brunilda Rafael y Michel Colin  
(Brasil) por la traducción al portugués  
Contacto Informaciones e **(des)abonos:**  
**Yvon Poirier** (ypoirier@videotron.ca)