

Sesión 6º. Dinámica de grupo.

¿Un mercado alternativo?

Duración: 60 minutos

Materiales necesarios: hojas en blanco, bolígrafos, afiches, pizarra.

El objetivo de la dinámica es realizar un mapeo de la Economía Solidaria en la comunidad realizado de forma participativa por las propias personas participantes aplicando las propias experiencias y conocimientos y lo visto durante la 6ª sesión y como conclusión del curso.

- Cuatro grupos de 5 o 6 personas. Cada grupo trabajará un tema diferente:

- **Consumo responsable,**
- **Comercio justo y de proximidad (N-S, N-N)**
- **Finanzas éticas**
- **Producción solidaria.**

- Se les entregará a cada grupo una hoja síntesis de los temas con las preguntas a trabajar.

- Se trabajará en dos bloques: uno de Diagnóstico y otro Propositivo.

Bloque 1. DIAGNOSTICO

(Se les entrega a cada grupo una hoja con el tema correspondiente).

¿Cómo está el CONSUMO RESPONSABLE en mi ciudad?

¿Cómo se practica?

¿Existen alternativas?

¿Las conozco? Cómo son?

¿Se promueven lo suficiente? ¿el ciudadano y ciudadana media las conocen?

- Cada grupo pone en común lo trabajado, el facilitador toma breves notas en la pizarra de manera que vaya quedando un pequeño mapeo de la economía solidaria en la localidad.

Bloque 2. PROPUESTAS.

(Se les entrega una hoja cada grupo con cuatro ideas fuerza del MES)

¿Qué condiciones se deberían desarrollar para la construcción de un mercado social?

Fortalezas y debilidades de la ciudad o localidad para la promoción del mercado social y alternativo..

- Cada grupo pone en común lo trabajado, el facilitador toma breves notas en la pizarra de manera que quede un listado de propuestas para la construcción de un MES.
- Conclusiones y cierre.

BLOQUE 1.

1º GRUPO. CONSUMO RESPONSABLE.

“La generación de un cambio social supone la necesidad de comenzar por modificar aspectos del comportamiento individual. El consumo es potencialmente un motor de transformación, un punto de partida individual para regenerar lo social.”

Fernández Miranda, R. *El legado consumista*.

“Podemos elegir como queremos vivir, pero solo dentro de las márgenes que nuestro contexto nos permite, las opciones son limitadas. Tener esto en cuenta de entrada puede ahorrarnos más de una frustración inútil.”

Lodeiro, T. *Consumir menos, vivir mejor*.

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.

Hablar de Consumo Responsable implica

- **Conciencia**, búsqueda de información y contra información
- **Acción**
- **Compromiso ciudadano** para el cambio, dentro de las posibilidades que tenemos.

Algunos ejemplos para practicar el Consumo responsable:

- *A nivel organizacional*, mediante la Compra Pública Responsable (verde, social y ética), la práctica del 3 R (reducción, reutilización y por último reciclaje...), sensibilización hacia la ciudadanía...
- *A nivel individual*, participación en grupos de consumo de producción local y de comercio justo, la práctica de las 3 R en casa y en el trabajo, saber de la existencia de los bancos del tiempo de nuestra ciudad y participar, reducir el consumo...

2º GRUPO. COMERCIO JUSTO Y DE PROXIMIDAD

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/as y trabajadores/as marginados/as, especialmente en el Sur.

Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por las y los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores y productoras, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.¹

- ✓ 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 Comercio Justo 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 Comercio Justo 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**.²

Criterios del Comercio Justo:

- ✓ **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.

¹ Fuente: FINE

² Fuente: “El rompecabezas de la equidad. Investigación y aportes críticos al Movimiento de Comercio Justo.”

3º GRUPO. BANCA ÉTICA Y FINANZAS ALTERNATIVAS.

La financiación solidaria y diferente debe partir de unos principios básicos:

- El/la ahorrador/a tiene derecho a saber de qué modo se está utilizando su dinero; qué proyectos, ideas o empresas se están financiando con él
- Los recursos económicos deben utilizarse con un provecho social, creando empleo, ayudando a la inserción sociolaboral de personas excluidas, proveyendo de productos o servicios de utilidad social, apoyando procesos productivos limpios, etc.
- Las entidades promotoras de fórmulas financieras alternativas no deben centrarse únicamente en la recuperación de las cantidades prestadas o invertidas, sino también realizar labores de apoyo en la medida de sus posibilidades.
- Los recursos económicos deben invertirse en proyectos viables, de manera que no se incurra en pérdidas que defrauden las expectativas de los/as ahorradores/as o mermen la capacidad de reutilización de tales recursos.
- Una gestión financiera que no persiga fines lucrativos, sino que manifieste vocación social.

Por todo ello, resulta necesario proponer nuevas formas financieras que den respuesta a las inquietudes de todas aquellas personas que creen en una economía diferente, y que quieren que la utilización de sus ahorros esté en consonancia con sus planteamientos éticos y vitales.

Dentro del amplio espacio que implica las finanzas alternativas encontramos diversas formas:

Actividad financiera parabancaria. Por ejemplo: COOP57 es una cooperativa de servicios que destina sus recursos propios a dar préstamos a proyectos de economía social que promuevan la ocupación, fomenten el cooperativismo, el asociacionismo y la solidaridad en general, y promuevan la sostenibilidad sobre la base de principios éticos y solidarios.

Trueque. El trueque es el intercambio de objetos o servicios por otros objetos o servicios y se diferencia de la compraventa habitual en que no intermedia el dinero en líquido en la transacción. Actualmente, aunque el trueque parezca algo olvidado, está resurgiendo. Algunas formas de trueque son el banco del tiempo o los mercados de trueque. Aunque este sistema está experimentando un auge en países de todo el mundo.

Bancos Del Tiempo. Un banco de tiempo es un sistema de intercambio de servicios por tiempo. En él la unidad de intercambio no es el dinero habitual sino una medida de tiempo, por ejemplo el trabajo por hora. Es un sistema de intercambio de servicios por servicios o favores por favores.

Seguros éticos y solidarios. Ej. Ethsi. Los seguros son un tipo de actividad del sector financiero, que consiste en la transferencia de una entidad física o jurídica (el/la asegurado/da) a otra (el/la asegurador/a), de un riesgo al cual está expuesto/a. De manera que, si el riesgo se materializa, el seguro se encarga de aliviar la situación que sufre la persona asegurada. Orientar el mercado asegurador hacia la práctica ética y solidaria significa recuperar los principios del movimiento asegurador, especialmente el de la mutualidad. La conciencia mutualista se basa en los vínculos de solidaridad entre las personas, y el sentido original de los seguros es, precisamente, establecer esos vínculos entre los miembros de una comunidad.

Banca ética. Una propuesta de intermediación financiera, construida desde la ciudadanía y sus organizaciones sociales que persigue la transformación social:

- Financiar actividades cuyo impacto social sea transformador, apoyando proyectos sociales, ecológicos y culturales que favorezcan el desarrollo humano en nuestra sociedad y en el mundo.
- Posibilitar que la ciudadanía apoye con sus ahorros dichas actividades, decidiendo el uso que de éstos hace la entidad financiera y excluyendo inversiones en actividades asociadas al mantenimiento de la injusticia.

4º GRUPO. EMPRESAS E INICIATIVAS DE PRODUCCIÓN SOLIDARIAS
--

son iniciativas que...

- ✓ Huyen de una concepción exclusivamente ligada a la maximización de beneficios y al modelo productivista que prima la acumulación de capital por encima del desarrollo de las personas trabajadoras.
- ✓ Una visión de la empresa que orienta su sentido y finalidad hacia el beneficio social, la calidad de vida y el desarrollo de las personas.
- ✓ Fomentan en su gestión la autonomía, la igualdad, la participación y la actividad cooperativa.
- ✓ Establecen escalas salariales justas y proporcionales.
- ✓ Desarrollan políticas e instrumentos de transparencia y auditoría social.
- ✓ Fomentan la sostenibilidad medioambiental.
- ✓ Reinvierten beneficios en la mejora de estructuras y en apoyo a otras iniciativas sociales.
- ✓ Fomentan la inserción socio-laboral.

Algunos ejemplos...

Empresas de inserción.

“Aquellas estructuras productivas de bienes o servicios que tengan como fin la incorporación al mercado laboral de colectivos en situación de desventaja social o exclusión y lleven a cabo un proyecto personal de inserción, mediante un proceso de aprendizaje adecuado que contemple la adquisición de habilidades sociales, laborales, formación básica, cualificación laboral y conocimientos del mercado que les permitan mejorar sus condiciones de empleabilidad”.

Producción agroecológica...

Ligadas a la producción local según las técnicas tradicionales, están en contra de la producción masiva y no utilizan semillas ni cultivos transgénicos.

Movimiento cooperativo local ... empresas cooperativas que practican a través del trabajo y la producción los principios cooperativos de adhesión voluntaria y abierta, gestión democrática por parte de las personas socias, participación económica de las personas socias, autonomía e independencia, educación, formación e información, cooperación entre cooperativas e interés por la comunidad.

BLOQUE 2.

MERCADO SOCIAL

¿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, **constituida 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



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.³

³ Fuente: http://www.economiasolidaria.org/mercado_social