



Mirades globals **per a una altra economia**



*Setem*

Crisi econòmica, crisi social i ambiental, desocupació creixent, augment de la pobresa i exclusió social... Els signes dels temps que ens toquen viure semblen no ser encoratjadors. No obstant això, les societats presenten sempre una gran capacitat de resistència, font d'oportunitats i esperança. Nombroses experiències a tot el món demostren com és possible fer economia sobre la base de valors com la solidaritat, l'equitat, la justícia, la cooperació, la participació i la cura de l'entorn.

SETEM presenta en aquest llibre quinze d'aquestes experiències, repartides entre Àfrica, Amèrica Llatina i l'estat espanyol. Iniciatives exitoses, cobrint totes les fases del cicle econòmic –producció, distribució, consum i crèdit– que posen a l'ésser humà i les seves necessitats com a prioritats, i les activitats de les quals garanteixen impactes socials i ambientals positius, a més de rendibilitat econòmica.

Somnis que s'han fet realitat i realitats que ens permeten somiar.



**Pablo Guerra** és l'autor dels capítols teòrics i qui ha donat forma a la informació recopilada en els casos pràctics. Un dels màxims exponents en economia solidària a nivell mundial, és professor en la Facultat de Dret de la Universitat de la República (Montevideo – Uruguai), reconegut inves-

tigador i promotor de diversos espais comunitaris i experiències d'economia solidària i comerç just com l'Espai MERCOSUR Solidari, la Trobada Llatinoamericana de Tendes de Comerç Just i nombroses iniciatives al seu país i regió.

Mirades globals **per a una altra economia**

**EDITA:**

SETEM Catalunya (www.setem.cat)

**REDACCIÓ:**

Pablo Guerra

**COORDINACIÓ:**

Anna Fernández Montes

**INVESTIGACIÓ:**

Pablo Guerra, Clementine Servaire i Anna Fernández Montes

**CONSELL EDITORIAL:**

Iratxe Arteagoitia, Eva Blanco, Anna F. Montes, Mónica Gómez, Silvia Ibañez, Beatriz Jiménez, Flavia Laurencicch, María Martín i Marta Solano

**AGRADECIMIENTOS:**

Per prestar la seva interessant experiència i apropar-nos els seus testimonis: ASARBOLSEM, Cadena Textil Solidaria, El Salinerito, Faces do Brasil, Fiare, Fonds Afrique, Gone Rural, IDEAS, Landare, Le Gafreh, Red Comal, Red Social Koopera, RESOPP, Som Energia, Woiyo Kondeye-Cocinas Colectiva de Mali.

Pel seu inspirador pròleg a Jordi Garcia.

Per participar en les presentacions, posant cara, veu i sentiment a les experiències que relaten a Aramaixo Baserri Barri, Carlos Céspedes, Fiare, Francisco Martínez, Bibiane Tuina i Marc Vives. I especialment a Pablo Guerra, per l'entusiasme i diligència amb què ha acollit i realitzat aquest projecte.

**TRADUCCIÓ:**

Català: L'Apòstrof, SCCL

Casos africans del francès: Marina Reig

**DISSENY I MAQUETACIÓ:**

Toni Sánchez Poy

**IMPRESSIÓ:**

EL TINTER, SAL

**LLICÈNCIA DE:**

Aquesta obra està sota llicència de «Reconeixement-NoComercial-Compartir Igual» 3.0 Espanya Creative Commons.

Barcelona, juny de 2012

**DIPÒSIT LEGAL:** xxxxxxxxxx**ISBN:** xxxxxxxxxx**AMB EL SUPORT DE:**

Aquest llibre ha estat elaborat amb el suport econòmic de l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional per al Desenvolupament (AECID). El contingut d'aquest document és responsabilitat exclusiva de SETEM i en cap cas s'ha de considerar que és l'opinió de l'AECID.

**Imprès en paper ecològic i reciclat**

# Índex

Presentació	4
Pròleg	6

Capítol I. Tendències actuals de l'economia	8
Capítol II. És possible una altra economia?	
El cas de les economies solidàries	19
Capítol III. Anàlisi d'experiències	27
Mapa índex de les experiències	28

**ÀFRICA**

Les cuines col·lectives de Mali [Mali]	30
Le Gafreh [Burkina Faso]	34
Fonds Afrique [Regional]	38
Gone Rural [Swazilàndia]	42
RESOPP [Senegal]	46

**AMÈRICA LLATINA**

ASARBOLSEM [Bolívia]	50
El Salinerito [Equador]	54
Cadena Textil Solidaria [Argentina]	59
Red Comal [Honduras]	63
Faces de Brasil [Brasil]	69

**ESTAT ESPANYOL**

Landare	74
Som Energia	78
Red Social Koopera	81
Fiare	85
IDEAS	89

Conclusions	94
Bibliografia	100

## Presentació

És una gran alegria per a tot l'equip de SETEM que tinguis aquestes pàgines entre les mans, fruit d'un llarg recorregut de reflexió i de lluita. Fa dècades que des de SETEM treballem per la transformació social, sobretot centrada en la recerca de la justícia econòmica i l'emancipació de les persones (productores, treballadores i consumidores).

Amb aquest objectiu treballem activament per enfortir totes les dimensions del moviment de Comerç Just: sensibilització, comercialització i incidència política, dissenyem campanyes de mobilització social al voltant de la protecció i millora dels drets laborals dels col·lectius de persones treballadores, dels impactes socials i mediambientals de les activitats d'empreses transnacionals, de promoció d'alternatives econòmiques com la banca ètica o el consum crític i responsable... amb la finalitat última de construir una cultura de la solidaritat internacional respectuosa amb la dignitat dels pobles, orientada a eradicar les causes estructurals de les desigualtats i a crear alternatives col·lectives.

Totes aquestes línies de treball troben un denominador comú en la proposta de l'economia solidària, entesa com aquell conjunt de pràctiques de producció, comercialització, consum i crèdit que busquen la satisfacció de necessitats i el desenvolupament integral de l'ésser

humà i de la comunitat en lloc de la maximització de beneficis, i que s'organitzen seguint els valors de cooperació, solidaritat, democràcia, igualtat i sostenibilitat. En aquest sentit, doncs, parlem, de producció cooperativa, de comercialització justa, de consum responsable i de finances ètiques.

En el context actual de crisi del sistema, retallades socials, depredació del medi i explotació humana ens sembla especialment útil i important seguir mostrant que hi ha moltes altres maneres de gestionar la societat i l'entorn. Parafraçant Eduardo Galeano en la seva visita a les places del 15M el passat 2011, "hi ha un altre món a la panxa d'aquest món", i aquest fuig de l'homogeneïtzació que ens imposa el model actual i es vesteix de la diversitat d'iniciatives de la societat civil.

L'objectiu que ens marquem amb aquesta publicació és mostrar els impactes negatius que està implicant l'actual model hegemònic capitalista, mitjançant mecanismes com el comerç internacional o la dictadura econòmica de les empreses transnacionals, així com contraposar i visibilitzar una realitat ja existent: milers d'experiències d'economia solidària s'estan desenvolupant en tots els racons del món, les quals, posant les necessitats de les persones i el medi com a prioritat en les seves activitats, generen una gran diversitat d'impac-

tes positius, la qual cosa ens permet confiar en la consecució d'un món millor per a tothom.

Volem compartir amb tu 15 experiències del continent africà, llatinoamericanes i de l'Estat espanyol. Quan vam idear aquesta publicació, ens vam marcar alguns eixos prioritaris per analitzar, pressuposant que trobaríem experiències que podrien classificar-se segons el seu impacte en gènere, drets laborals, autogestió, ecologia, cultura de consum, finances ètiques... L'elaboració d'aquesta edició ha estat un procés d'aprenentatge per a l'equip i de seguida vam veure que no era possible fer aquesta distinció tan clara. Les iniciatives d'economia solidària que hem conegut i recopilat són molt més riques i complexes que aquest primer esquema que ens havíem plantejat: totes són iniciatives que generen multitud d'impactes positius en totes les àrees, convertint-les en respostes holístiques a diversos problemes que afrontem com a comunitat. Per aquest motiu, en el tercer capítol dedicat a l'exposició de casos, trobaràs quadres resum d'impactes de cada experiència, dels quals ressaltem aquells dos que considerem més destacables per a cada iniciativa.

Un altre aspecte que ens proposem visibilitzar amb aquestes pàgines és que les experiències tenen un alt grau de replicabilitat, atenent les peculiaritats de cada context, per la qual

cosa ens sembla molt important poder mostrar diferents iniciatives en diferents llocs i contribuir a un aprenentatge comú.

En aquest sentit, també ens agradaria recalcar la rellevància del treball en xarxa, com a mecanisme de treball col·laboratiu, horitzontal i extensiu que permet al moviment d'economia solidària teixir llaços regionals i intercontinentals que reforcen la capacitat constructiva i d'incidència política.

Ens agrada pensar que la lectura d'aquesta publicació serà un contagi d'entusiasme. Les pàgines següents no són un recull d'idees i somnis, són la mostra de realitats que estan configurant una altra manera de treballar, de produir, de relacionar-nos i d'entendre el món. Està passant i ho estem fent. Esperem comptar amb tu.

**Anna Fernández Montes**  
Responsable de Campanyes de SETEM  
Catalunya

## Pròleg

No és pas que una nova economia diferent de la capitalista sigui possible, és que ja existeix. Adopta noms diferents, segons l'autor i el context: economia social, economia de la solidaritat, economia solidària..., però en qualsevol cas aixopluga milers de pràctiques econòmiques que operen amb una racionalitat diferent de l'economia capitalista i que intenten guiar-se per valors com la justícia, la solidaritat, la participació, la cooperació, la comunitat i la sostenibilitat.

En comptes de cercar el lucre com fa l'economia dominant, són pràctiques que persegueixen satisfer necessitats (de treball, d'alimentació, d'habitatge, d'educació, de participació...). En comptes d'organitzar-se de manera autoritària, a l'entorn dels propietaris del capital, ho fan de manera democràtica i situant com a centre el treball humà. En comptes de tractar l'entorn ambiental i social com una font de recursos per usar i llençar, es consideren a si mateixes com a part indestriable d'aquest medi i s'esforcen per preservar-lo i millorar-lo.

Sector econòmic i moviment social alhora, l'Economia Social i Solidària la formen experiències de naturalesa molt diversa, les unes centrades en la producció (en forma de treball cooperatiu), les altres en la comercialització (en forma de Comerç Just), d'altres en el con-

sum (com a consum responsable), d'altres en el crèdit (les finances ètiques), d'altres en la circulació de la moneda (les monedes socials i locals) i d'altres encara en la propietat i la gestió dels recursos (els béns comuns). En tot plegat hi participen milions de persones, amb graus d'inserció diversos i servint-se de formes organitzatives diferents: moltes són cooperatives (de treball, de consum, de crèdit...), d'altres són associacions, moltes més operen com a xarxes de cooperació informals...

Potser encara ho verbalitza poc, potser de moment és un fenomen que s'expressa tan sols des de la tasca quotidiana; sigui com vulgui, l'Economia Social i Solidària està ja resignificant conceptes clau per a tota societat com són els d'empresa, riquesa, eficiència o mercat. En el fons, porta a la realitat el sentit originari del terme "economia"; és ja govern de la casa, reproducció de la vida, organització racional del conjunt d'activitats que ens permeten subsistir i satisfer les nostres aspiracions i necessitats.

Certament, no constitueix ni de bon tros l'economia majoritària; però ningú no pot meysprear-la pretextant una suposada insignificància: tal dia com avui està resolent ja les necessitats de centenars de milions de persones dels cinc continents (només de cooperativistes al món n'hi ha més de 800 milions) i,

en aquests darrers anys, creix i es multiplica molt ràpidament.

Aquesta és una descripció sumària de l'àmplia i heterogènia constel·lació que dibuixa l'Economia Social i Solidària. Per saber-ne més, et recomano llegir aquest llibre que tens a les mans. Els dos primers capítols – que ha escrit un dels màxims experts de l'economia solidària no sols d'Amèrica Llatina, sinó de tot el món, el professor uruguaià Pablo Guerra – analitzen la situació actual de l'economia mundial i plantegen la possibilitat que l'economia solidària esdevingui una alternativa al capitalisme. Tot seguit, el llibre ens submergeix en la història de quinze experiències d'economia solidària; es tracta de pràctiques d'èxit, diverses, totes apassionants, cinc d'africanes, cinc més d'americanes i cinc de l'Estat espanyol. Tanca l'obra un capítol de conclusions.

Estem, doncs, davant un llibre necessari, més encara en el present context de crisi global del sistema capitalista. Necessitem lectures d'aquesta mena, que ens inspirin alternatives practicables per sortir del forat en què semblen voler enterrar-nos especuladors, banquers i grans empresaris (camuflats sota el nom de "mercats"), i els polítics que els fan de capatassos.

Felicito els companys i companyes del Setem, organització capdavantera de solidaritat

internacional i també entitat membre de la Xarxa d'Economia Solidària, per haver publicat aquest llibre. L'editor alemany Siegfried Unseld deia que tot escriptor hauria de voler que el seu llibre tingués conseqüències. Honestament, penso que "Mirades globals per a una altra economia" pot tenir-ne. Les necessitem.

**Jordi Garcia Jané**

*Xarxa de Economia Solidària de Catalunya (XES)*

# Capítol I

## Tendències actuals de l'economia

### L'EVOLUCIÓ DE LA GLOBALITZACIÓ I CONTEXT ACTUAL

Hi ha moltes maneres d'entendre i concebre la globalització, un fenomen complex en ell mateix amb arestes positives i d'altres de negatives. A l'efecte d'aquest estudi, partirem d'una definició acotada per donar compte d'una de les seves dimensions específiques. Ens referirem, llavors, a la globalització com a fenomen principalment econòmic i de caràcter capitalista, però anem a pams.

Podem definir la globalització a aquest efecte com *una nova fase en la internacionalització dels mercats*. En concret Benjamin Coriat, a qui seguirem en la periodificació,<sup>1</sup> esmenta tres fases en els processos d'internacionalització que, segons entenem, col·loca les empreses i els estats en una especial situació de competitivitat desenfrenada com mai abans no s'havia observat en l'escenari mundial. Es tracta fonamentalment d'una globalització capitalista, entenent que els interessos principals per gestar-la i mantenir-la responen als grans capitals que, com veurem més endavant, en bona part són "capitals escombraria" que sorgeixen enmig de les bombolles especulatives i desapareixen quan aquestes esclaten i donen pas a les crisis financeres.

#### Primera etapa: Internacionalització

S'estén des de principis del segle XIX fins a la Primera Guerra Mundial, i es caracteritza en el cas dels països llatinoamericans per fundar la concepció dels "estats sobirans", tant en l'àmbit polític (processos independentistes) com en l'àmbit econòmic (emissió de moneda, definició de taxes de canvi, control d'intercanvis duaners, etc.), alhora que creix la comercialització internacional. Per al cas dels països africans, la Conferència de Berlín (1884-1885) és la que determina una forta colonització per part dels països europeus, que generen estats nacionals però de tipus colonials i donen lloc a una sèrie d'inversions en infraestructura pensades justament per facilitar la logística de la nova divisió internacional del treball. Aquesta nova divisió consisteix en una **notòria diferència de rols econòmics entre el centre (part d'Europa fonamentalment en aquesta etapa) i la perifèria (Àsia, Àfrica i Amèrica)**. Per a la perifèria, el model podria anomenar-se "primari extractivista", en la mesura que als països del sud els corresponia elaborar i exportar productes primaris molt específics: agroramader a l'Uruguai i l'Argentina; cafè al Brasil, Colòmbia, Angola o Etiòpia; fruita als països del Carib, Tailàndia, l'Índia o Filipines; coure a Xile; or a Sud-àfrica; crom a Zimbawbe; sucre a Cuba; cacau a l'Equador, Costa d'Ivori o Malàisia,

etc., i es van aprofundir, sota el lideratge de l'aristocràcia latifundista, les diferents formes d'explotació rural de l'època: finques, hisenda i explotacions. Han estat escassos els models nacionals que van intentar modificar aquest patró internacional, potser el Paraguai abans de la Guerra de Triple Aliança (1865-1870), la Revolució Mexicana (1917) o, per traslladar-nos abans en el temps, l'experiència de les Missions Jesuítiques a la regió del Guaira (durament reprimides pels imperis d'Espanya i Portugal a partir de les repercussions del Tractat de Madrid de 1750).

L'augment del comerç internacional en aquesta primera etapa genera algunes fites importants en matèria de tractats de lliure comerç. És el cas del tractat francobritànic de 1860, conegut com Tractat Cobden, en honor al reconegut economista liberal. La Gran Bretanya justament influirà notòriament en aquesta etapa promovent polítiques liberals i de lliure comerç en bona part del món a partir del que l'historiador britànic Bernard Semmel va anomenar *free trade imperialism* o imperialisme del lliure comerç.

#### Segona etapa: Mundialització

Va des de la Segona Guerra Mundial fins als anys setanta, dècada que ha servit de tall històric per a una gran quantitat de fenòmens socials, culturals i econòmics. La principal novetat aquí és que **les firmes multinacionals comencen a operar amb base mundial i divideixen els processos productius i comercials**.

Mentre això passava, els estats nacionals a l'Amèrica Llatina exploraven noves vies cap al desenvolupament, implementaven *l'estratègia substitutiva d'importacions* i, per tant, canviaven els actors líders d'aquests processos, que van passar a ser els empresaris industri-

als (burguesia nacional), sobretot els de sectors estratègics com el siderúrgic, metall-mecànic i petroler. Fixeu-vos com, alhora que l'Estat assumia obligacions en el camp industrial, les multinacionals també anaven estenent els seus teixits en aquests països, i es començava una etapa de comercialització entre companyies (intrabranques), que assumiria valors propers al 40% sobre el total del comerç mundial. Evidentment, no té sentit parlar de lliure competència en aquest marc.

El cas africà va ser diferent: la postguerra ofereix una nova geografia internacional i provoca un procés de descolonització fort i lent que va inhibir, per diverses circumstàncies, la possibilitat de gestar processos autònoms de desenvolupament amb base industrial. En aquests casos, les multinacionals van operar amb més liberalitat.

En aquesta etapa de postguerra sorgeixen, a més, algunes institucions fonamentals per comprendre la història econòmica contemporània. Els acords de Bretton Woods (1944), per exemple, estableixen les bases d'una economia basada en el dòlar com a patró internacional de referència, a més de crear el Banc Mundial i el Fons Monetari Internacional, de desgraciada influència quan es desencadena la crisi del deute extern dels països del tercer món, en el marc de la tercera etapa.

#### Tercera etapa: Globalització

Neix a mitjans dels anys setanta i arriba fins als nostres dies. Com ha assenyalat el Grup de Lisboa, el "món global" és el resultat d'una profunda reorganització recent de l'economia i de la societat que busca abastar alhora els països capitalistes desenvolupats, els països excomunistes i els països anomenats "en desenvolupament".<sup>2</sup>

1 Coriat, B.: *Los desafíos de la competitividad*, Bs. As., UBA, 1997.

2 GRUP DE LISBOA: *Los límites a la competitividad. Cómo se debe gestionar la Aldea Global*, UNQui/Sudamericana, Buenos Aires 1996.

Podem esmentar en aquest sentit diverses característiques que assumeix aquest nou període.

■ **En primer lloc**, la globalització capitalista passa a ser fonamentalment **globalització financera**, amb la corresponent **desregulació** (en termes generals) dels mercats de finances. Segons el Banc de Reglaments

encoratjada per una gran quantitat de diners “ociosos”, en un món “que creix poc i es distribueix encara menys, que genera molta desocupació i conviu amb formes cada vegada més sofisticades d'exclusió social i de desigualtat tecnològica”<sup>3</sup>. Diem que la globalització és “especialment” financera, perquè aquí es compleix el principi de Castells d'una economia amb la capacitat de funcionar com una “unitat de temps real a escala planetària”, cosa que no passa –encara– amb els altres mercats.<sup>4</sup>

La desregulació també és visible en els grans serveis internacionals massius, com és el cas de les telecomunicacions, però també en el transport aeri, així com en els mercats laborals, per fer referència als casos més obvis. El malanomenat Consens de Washington, de gran receptivitat pels governs llatinoamericans als anys noranta, va ser determinant per consolidar aquests processos.

■ **Una segona característica** d'aquesta etapa és que, alhora que es globalitza, es produeixen **processos de concentració**: l'*intercanvi d'amenaques*, segons diu Coriat, propi de la lògica mercantil exacerbada, porta que, d'una banda, les empreses es reuneixin per mantenir les seves rendes, la qual cosa dona lloc a processos de concentració (ja sigui per mitjà de la fusió o l'adquisició empresarial), com és evident que ha passat amb nombroses empreses, mitjanes i grans, en diverses branques d'activitat: Rhône-Poulenc de França amb Hoechst d'Alemanya a la indústria farmacèutica; la francesa Total i la belga Petrofina o Amoco i

British Petroleum, o Exxon i Mobil de l'Amèrica del Nord per al cas de la indústria del petroli; el Deutsche Bank, amb el nord-americà Banker Trust, o Citicorp amb Travelers, en el cas bancari; Bell i GTE, o ATT i TCI a les telecomunicacions; Volkswagen amb Seat i Skoda, o Peugeot amb Citroën entre altres en la indústria automotriu, són només algunes de les operacions de més notorietat en els noranta. Una de les operacions de fusió més importants va tenir lloc el 2000 quan American Online (AOL) compra el grup Time Warner per 156.000 milions de dòlars.

Com assenyala Zubero, però, són fusions paradoxals: sumen capitals, incrementen quotes de mercat, comparteixen directius, però resten treballadors i treballadores; tot això encoratjat per les borses que tendeixen a rebre com un bon senyal l'anunci d'acomiadament de mà d'obra.<sup>5</sup>

Els estats, per la seva banda, s'ajunten per remarcar el territori on es concentren els seus principals intercanvis. Els **processos d'integració** regional en aquest període d'anàlisi són exemples en la matèria. A Amèrica: Comunitat del Carib (1973), Mercat Comú del Sud (1991), NAFTA (1994), Comunitat Andina de Nacions (1998), a la qual cosa hem de sumar les infructuoses gestions per instal·lar l'ALCA (2001). A l'Àsia i el Pacífic: ANCERT (1983), AFTA (1992), APEC (1994), el Japó i Singapur (2011). A l'Àfrica, hi ha una àmplia nomenclatura de pactes regionals assolits en aquest període de referència; només a tall d'exemple podem esmentar: Tractat Constitutiu de la Comunitat Econòmica de l'Àfrica Occidental (ECOWAS, 1975), Comu-

nitat Econòmica d'Estats de l'Àfrica Central (CEEAC, 1983), Unió Econòmica i Monetària per a l'Àfrica de l'Oest (1996), Unió Africana (1999), Comunitat per al Desenvolupament de l'Àfrica Austral (2000), Mercat Comú per a l'Àfrica de l'Est i del Sud (2004), etc. A Europa, ens podem concentrar en el que va passar a la dècada dels noranta: signatura del Tractat de la Unió Europea a Maastricht (1992), signatura de l'Acord sobre l'Espai Econòmic Europeu (1992), entrada en vigor del Mercat Únic (1993), entrada en vigor del Tractat de la Unió Europea (1993), signatura del Tractat d'Amsterdam (1997), creació del Banc Central Europeu (1998), etc.

Fixeu-vos, però, que els processos d'integració regional han estat dominats en molts casos per visions més o menys liberals que posen èmfasi en les dimensions mercantils abans que en les més pròpiament polítiques (aquestes últimes més treballades en el procés europeu respecte al que ha passat en les altres regions). Aquestes visions més mercantilistes s'exacerben en els **tractats de lliure comerç** a escala bilateral i també en el sistema multilateral. Si bé la signatura del GATT té lloc en el marc del segon període analitzat (1947), la Ronda Uruguai marca una fita en la seva història amb la creació de l'Organització Mundial del Comerç (OMC, 1994). Les negociacions en aquest cas mostren una influència inqüestionable per part dels interessos dels països més rics en centrar el debat en el comerç de les mercaderies i dels serveis, amb l'excepció dels productes agrícoles, la qual cosa ha produït un estancament de les negociacions,

**Tenen lloc moltes fusions empresarials. Tot seguit, ressenyem les de més notorietat iniciades el 2011:**

- **Express Scripts: empresa de gestió de serveis de salut, va anunciar el juliol la compra de Medco per 29.140 milions \$.**
- **Johnson & Johnson: farmacèutica nord-americana, va oferir 21.497 milions \$ per Synthes, empresa de productes ortopèdics amb seu a Suïssa.**
- **Kinder Morgan: distribuïdora nord-americana de gas natural, va anunciar la compra d'El Paso per 21.180 milions \$.**
- **Google va anunciar un acord de US\$12.938 milions per adquirir Motorola Mobility, divisió de Motorola que fabrica telèfons mòbils amb el sistema operatiu d'Android, de Google.**

Internacionals, les transaccions en el mercat de canvis arribaven cap a principis d'aquest segle al bilió de dòlars diaris i representaven cinquanta vegades la suma de l'intercanvi de béns i de serveis. En el mateix sentit, Jaerson Bezerra ens parla d'una globalització

<sup>3</sup> Bezerra, J.: “Políticas económicas, ideológicas y dimensión Geocultural”, Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme y Alianza por un mundo responsable, plural y solidario, 2001.

<sup>4</sup> Castells, M.: *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*, Madrid, Alianza, 1998.

<sup>5</sup> Zubero, I.: “Entre la globalización económica y el nacionalismo político: el espacio de una nueva sociedad civil mundial, a Pérez Adán (comp): *Las Terceras Vías*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2001.



## Sabies que...

L'import de subsidis a l'agricultura dels països amb alts ingressos econòmics és cinc vegades superior a l'import total destinat a la cooperació internacional?

ja que això suposa un clar desequilibri per als països empobrits que, com hem vist en la primera etapa, s'han especialitzat en la producció i la comercialització de matèries primeres.

Les negociacions bilaterals, mentrestant, de gran dinamisme en els noranta, han anat incorporant clàusules també influïdes per posicions de domini. És el cas de les repercussions en la producció d'aliments, en la petita producció familiar, en l'ús de patents (de gran impacte per a la indústria farmacèutica) o en les normes per a concursos públics<sup>6</sup>.

És en aquest context que les **empreses transnacionals** (ETN) aconsegueixen posicionar-se amb més força i fan valer els seus drets empresarials per sobre moltes vegades dels drets humans més fonamentals. Hi ha evidència, per exemple, d'obstacles imposats per certes ETN per a l'accés de molts països a fàrmacs genèrics; d'agressions a pobles indígenes, al medi ambient o al dret laboral. Un cas paradigmàtic és el judici interposat per la multinacional Philip Morris a l'Estat Uruguaià quan aquest instal·la el 2006<sup>7</sup> una llei adreçada a protegir la salut pública limitant la publicitat comercial que incita al consum del tabac. Com expressa el Tribunal Permanent dels Pobles, "els drets de les ETN es veuen tutelats per un ordenament jurídic global basat en regles de comerç i d'inversi-

ons de caràcter imperatiu, coercitives i executives, mentre que les seves obligacions es remeten a ordenaments nacionals sotmesos a la lògica neoliberal, a un dret internacional dels drets humans manifestament fràgil i a una responsabilitat social corporativa voluntària, unilateral i no exigible jurídicament"<sup>8</sup>.

■ Una **tercera característica** és que a la **creixent mercantilització de la vida** que va caracteritzar en realitat els tres períodes anotats se li suma, en l'àmbit cultural, la tendència a importar determinats models de consum. L'explosió de la cultura de consumisme nord-americana o *macdonalització* de la vida és reflex de diversos factors que actuen simultàniament. Si bé la globalització permet un major intercanvi cultural i, per tant, més riquesa producte de la multiculturalització, certament els mecanismes pels quals flueixen els intercanvis culturals no deixen d'estar afectats per certes relacions de dominació.

■ **Finalment**, com assenyala Jacques Chonchol, la globalització es manifesta en l'àmbit d'un "cert **traspàs de poder dels estats nacionals**

a les societats multinacionals i d'una simbiosi entre els interessos dels grans estats dels països desenvolupats i les societats"<sup>9</sup>. Un recent estudi publicat a Suïssa<sup>10</sup> revela que un grup de **1.318 empreses** se situa al centre del comerç global i controla el **50% dels ingressos d'explotació de totes les corporacions multinacionals**.

A l'interior d'aquest grup es troba un nucli de 147 multinacionals. Aquesta "superentitat" controla prop del 40% del valor total de les multinacionals, el 75% de les quals corresponen a grups financers.

Aquestes grans multinacionals, com insisteix Chonchol, "no són homogènies ni per les seves estructures financeres ni per la seva dimensió o per les seves estratègies. Tot i que pertanyen teòricament a ciutadans d'alguns dels grans països desenvolupats, cap govern d'aquests països no pot exercir un control sobre elles. Si alguna llei molesta la seva expansió, les multinacionals amenacen de desplaçar-se i poden fer-ho ràpidament. Poden moure's lliurement pel planeta per escollir la mà d'obra més barata, el medi ambient menys protegit per lleis o reglaments, el règim fiscal més favorable per a elles o els subsidis més generosos. No necessiten ja, com les grans empreses del passat, lligar-se a una nació o deixar que sentiments nacionals solidaris entramin seus projectes. En bona part, es troben al marge del control individual dels seus estats d'origen". En aquest sentit, compartim el punt de vista de Beck quan assenyala que la globalització econòmica "no és cap mecanisme ni automatisme, sinó que és cada vegada més un projecte polític els agents transnacionals dels quals, les institucions i

**Rànquing de les 10 corporacions més influents en l'economia globalitzada (font: "The network of global corporate control", 2011)**

- 1 BARCLAYS PLC (GB)
- 2 CAPITAL GROUP COMPANIES INC, (US)
- 3 FMR CORP (US)
- 4 AXA (FR)
- 5 STATE STREET CORPORATION (US)
- 6 JPMORGAN CHASE & CO. (US)
- 7 LEGAL & GENERAL GROUP PLC (GB)
- 8 VANGUARD GROUP, INC., (US)
- 9 UBS AG (CH)
- 10 MERRILL LYNCH & CO., INC. (US)

les convergències en el discurs (Banc Mundial, OMC, OCDE, empreses multinacionals, així com altres organitzacions internacionals) fomenten la política econòmica neoliberal"<sup>11</sup>.

En matèria productiva i comercial, cal ressaltar una nova **estratègia de competitivitat** molt utilitzada per les empreses transnacionals amb base als països del centre: les polítiques de relocalització, és a dir, el trasllat de certes àrees productives (béns o serveis) que duen a terme empreses situades als països més rics cap als països emergents. Anglicismes com *offshoring* o *outsourcing* comencen a ser de domini públic per referir-se als processos de terciarització i deslocalització a països que permetin més rendibilitat als capitals. El Kearney Global Services Location Index fa un rànquing amb els països més atractius per a aquest nou tipus de pràctica empresarial: l'Índia, la Xina, Malàisia, Tailàndia, Indonèsia, Egipte, Filipines, Xile, Jordània i el Vietnam

<sup>6</sup> Per a una anàlisi crítica sobre els tractats de lliure comerç, Cfr. SETEM: "De un comercio esclavo a un comercio justo", Revista núm. 20, desembre de 2011.

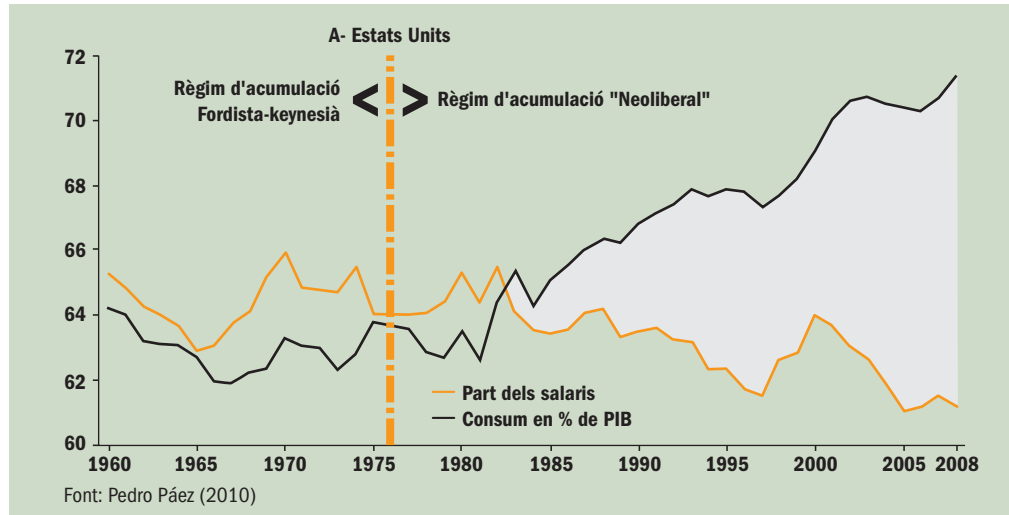
<sup>7</sup> Lei 18.256 de 2006. El litigi entre una de les principals empreses de tabac del món i un dels països més petits de l'Amèrica Llatina basa els seus arguments en un Acord de Protecció Recíproca d'Inversions que impediria a l'Estat Uruguaià defensar la salut pública dels seus habitants mitjançant mecanismes legítimament establerts pel seu Parlament nacional. Cal destacar que les vendes anuals de l'ETN superen moltes vegades el PIB de l'Uruguai.

<sup>8</sup> Cfr. Tribunal Permanent dels Pobles: "La Unión Europea y las ETN en América Latina", Madrid, maig de 2010, a [http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict\\_es.pdf](http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict_es.pdf) (recuperat el març de 2012).

<sup>9</sup> Chonchol, Jacques: "Globalización y neocolonialismo", *Reflexión y Liberación*, Santiago de Chile, 1996, a <http://www.servicioskoinonia.org/relat/184.htm> (recuperat el febrer de 2011).

<sup>10</sup> Vitali, S.; Glattfelder, B.; Battiston, S. "The network of global corporate control" (Les xarxes de control global de les empreses), a [http://arxiv.org/PS\\_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf](http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf) publicat el 2011 (recuperat el febrer de 2012).

<sup>11</sup> Beck, U.: *¿Qué es la globalización?. Falacias al globalismo, respuestas a la globalización*, Barcelona, Paidós, 1998.

**Gràfic 1: Evolució dels salaris i consum en relació amb el PIB als EEUU**

encapçalen la llista. El primer país d'elevat desenvolupament econòmic al rànquing són els EUA al lloc 14, seguit del Canadà al lloc 28<sup>12</sup>.

A l'Amèrica Llatina, aquest període de globalització es correspon amb l'abandonament de l'estratègia substitutiva d'importacions per un progressiu (en alguns casos radical, com a Xile) procés d'obertura comercial que tendeix a aconseguir més nivells d'exportació de béns no tradicionals i per un procés molt clar cap a la privatització de les empreses estatitzades en el període anterior. Sens dubte, el creixent deute extern va tenir efectes determinants en aquest procés.

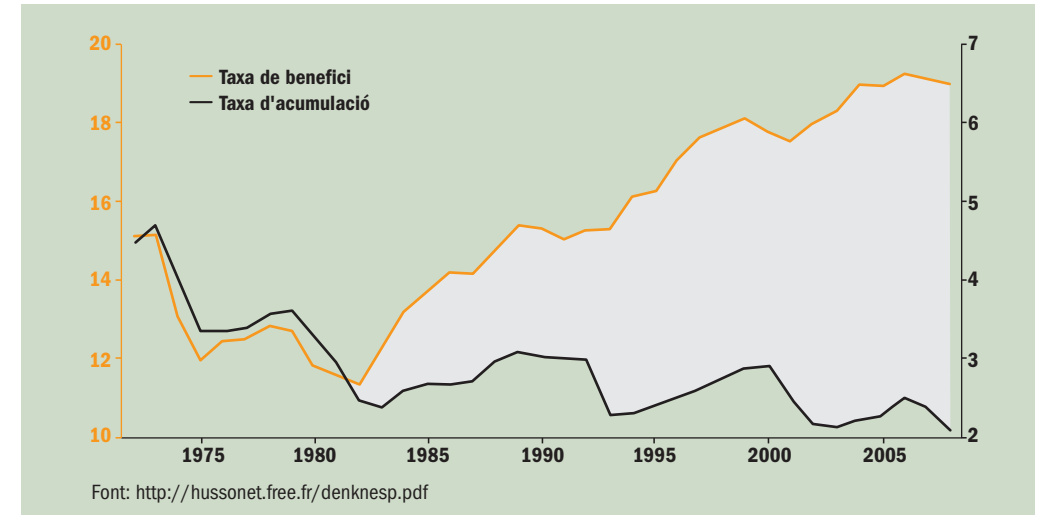
A l'Àfrica, per la seva banda, aquest període revela una enorme crisi fomentada, entre altres factors, per la desregulació creixent, la caiguda de relacions socials que contribuïen a la redistribució, la major participació d'agents econò-

mics sense escrúpols i una violència inusitada que impulsa guerres intestines i prolongades lluites socials.

Tot el que s'ha apuntat porta, cap a final dels 90, a una major presa de consciència per part de certs sectors socials. La globalització capitalista comença a ser qüestionada i dona lloc a manifestacions creixents com les succeïdes des de la reunió de Seattle de l'OMC el novembre de 1999 o la contracimera de Davos, el Fòrum Social Mundial fet a Porto Alegre el gener de 2001.

### CRISI SISTÈMICA

La població mundial s'ha vist sacsejada al començament del segle XXI. Les tendències cap a la liberalització de les economies, la desregulació dels mercats, la deslocalització productiva o la mercantilització de diferents béns econòmics

**Gràfic 2: Evolució taxes de beneficis i d'acumulació (EEUU + Europa + Japó)**

no semblaven un problema per als qui hegemnitzaven els discursos i les pràctiques econòmiques. L'accentuació de les desigualtats, el canvi climàtic, els creixents nivells de pobresa i exclusió social més aviat eren identificats com a externalitats que el mateix mercat hauria de corregir a mesura que anés guanyant terreny davant regulacions que encara continuaven afectant "la mà invisible". Els grans arquitectes d'aquest fiasco financer, com Alan Greenspan, no podien imaginar el que vindria, la qual cosa comença a passar a partir de finals de 2007.

Fins llavors els agents financers globals estaven eufòrics: feia ja uns quants anys que vivien una situació d'auge sostingut, amb inversors, empresaris, governs i consumidors que es beneficiaven d'un cercle que semblava virtuós: uns invertien, d'altres produïen, uns tercers consumien, tot gràcies a les bondats del lliure mercat.

No obstant això, com podem apreciar al gràfic 1, el consum esdevingut consumisme comença a generar una distància apreciable

en relació amb els ingressos, fenomen que comença a ser visible a partir de la dècada dels vuitanta en el context del model neoliberal impulsat per Reagan.

Al seu torn, el model hegemònic s'estava basant en un distanciament cada vegada major entre els guanys financers i la inversió productiva o, dit d'una altra manera, el capital fictici guanyava terreny al capital productiu, com es pot observar al gràfic 2.

Aquest gràfic mostra les distàncies cada vegada més elevades entre la taxa de guany (benefici/ capital) i la taxa d'acumulació (taxa de creixement del volum de capital net). Respecte a això, Michel Husson assenyala el següent: "La massa creixent de beneficis no invertits ha estat principalment distribuïda en forma d'ingressos financers, i és aquí on es troba la font del procés de financerització. La diferència entre la taxa de benefici i la taxa d'inversió representa, d'altra banda, un bon indicador del grau de financerització. També es pot verificar que l'auge de la desocupació i de la precarietat va de bracet

12 AT Kearney: *The Shifting Geography of Offshoring*, Chicago, 2009.

## Sabies que...

La crisi especulativa dels aliments el 2008 va provocar un increment de les persones desnodrides de 75 milions segons la FAO?

amb el creixement de l'esfera financera<sup>13</sup>.

D'aquesta manera, es pot comprendre com es van acumulant capitals que pre-

nen la forma d'actius financers (anomenats actius fantasmes per alguns analistes en no estar ancorats en l'economia real) desitjosos de ser reinvertits en nous formats (productes derivats) que busquen més rendibilitats.

El final d'aquesta festa d'aparent prosperitat i evident descontrol comença a mitjan 2007, quan alguns bancs i financeres als Estats Units experimenten seriosos problemes de liquiditat. Què havia passat? Tant s'havia inflat la **bombolla immobiliària** (alimentada per crèdits barats per mantenir el creixement de l'economia i el consum, així com pel relaxament de les regulacions bancàries) que les famílies van ser incentivades a comprar béns immobles per sobre de la seva capacitat real de pagament; les hipoteques, al seu torn, es transformen en papers negociables; els habitatges augmenten el valor en el mercat, fins al punt que alguns prestadors ja no poden afrontar les seves obligacions. En aquest moment, els bancs es troben amb la situació d'hipoteques sense valor i amb inversors reclamant els seus dividendes. El resultat és que alguns bancs ja no tenen fons suficients per afrontar les seves obligacions. Els papers que s'havien multiplicat en un frenesí inacabable per l'especulació i la recerca de lucre (que també havien afectat els preus dels aliments i altres matèries primeres com el petroli) passen a tenir cada vegada menys suport

tangible. **Aviat la crisi demostra que no sols és d'alguns bancs, sinó de tot un sistema financer que eclipsava.** El resultat immediat és un encadenament crític en les borses de valors, en els títols de les empreses i en l'economia real, amb desenllaç en un augment considerable de les taxes d'atur i de la pobresa. Setembre de 2008, per exemple, és testimoni de la caiguda de gegants com Lehman Brothers o l'asseguradora AIG. El Govern reacciona injectant milers de milions per salvar les institucions bancàries i evitar un nou fre a l'economia. El mateix passaria en aquells països i regions més afectades per la crisi financera, com són els casos d'Europa i el Japó, que van tornar més vulnerables economies que mai abans no havien vist augmentar els seus deutes i dilapidar tantes reserves a canvi de res.

Alguns anys després, el **president sortint del Banc Central Europeu, confessava: "L'origen de la crisi financera és sistémico"** (Fòrum de Davos, 2012). No obstant això, es referia al sistema financer, quan en realitat hi ha un sistema-món, segons diu Wallerstein, que es troba en profunda crisi o, el que és el mateix, les finances són només una part del problema.

### L'ALTRA PART DEL PROBLEMA

Què tenen en comú la crisi financera, amb el canvi climàtic, les revoltes en els estats àrabs, l'augment en el preu dels aliments, els reclams de milers de joves acampats a Madrid o Nova York o l'augment de consum d'ansiolítics? Probablement molt més en comú del que ens imaginem. Es tracta

13 Husson, M.: "¿Crisis de las finanzas o crisis del capitalismo", en <http://hussonet.free.fr/denknesp.pdf> (recuperat el febrer de 2012).

## Sabies que...

Segons la FAO, en el cas dels Estats Units, s'indica que els aliments que componen la dieta diària de cada habitant recorren més de 8.000 quilòmetres de mitjana abans d'arribar a la taula?

d'una sèrie de fets concrets que han sorgit en els últims anys i que mostren una sèrie de respostes respecte a un món que està mutant, la direcció del qual dependrà de les capacitats propositives de les actuals generacions.

El **canvi climàtic** és potser un dels assumptes més preocupants, causa i efecte en aquest "sistema-món" en transformació. Així com la tragèdia de Fukushima ha obert els ulls de molts per qüestionar els plans nuclears i reactivar les inversions en energies renovables, les tragèdies socioeconòmiques –unides a la mobilització social– haurien de provocar canvis en certes institucions econòmiques i polítiques. Però vegem aquests assumptes amb més atenció, concentrant-nos en les tres crisis que conflueixen en el sistema: crisi financera (vista anteriorment), crisi energètica i crisi alimentària, amb les seves mútues implicacions.

La **crisi energètica** és la conseqüència d'un model de desenvolupament basat en l'explotació de les fonts energètiques no renovables, al seu torn producte d'una concepció del món que es troba també en crisi, segons la qual el creixement econòmic comporta benestar, i això ha fomentat la depredació del medi per part de l'ésser humà. Les ciències (en el seu discurs més científicista i positivista) s'encarregaran de trobar solucions als problemes que obstaculitzin aquest creixement. La confiança cega en el progrés comença a ser qüestionada per les elaboracions del Club de Roma i el seu informe sobre els límits del creixement (1972). Encara que des de fa algunes dècades prenem consciència sobre la impossibilitat de créixer il·limitadament en un món

limitat i des de 1979 la comunitat científica adopta el terme "escalament global", el cert és que aquest fenomen segueix en augment i posa en perill la seguretat alimentària i l'accés a l'aigua potable per part de la majoria de la població al món. En els últims anys, aquesta crisi ecològica i de les fonts energètiques s'ha agreujat, a més, per les tendències especulatives de l'economia. Recordem que el 2007 el preu del barril del petroli per primera vegada arriba al valor de 100 \$, s'arriba a enfilars fins als 147 \$ i baixa per efecte de la llei d'oferta i demanda i per la recessió econòmica de 2008. Aquest fet té lloc en moments en què productors i productores de tot el món es mobilitzaven pels efectes d'aquests preus en la producció de béns, incloent-hi els aliments que utilitzen mitjans de producció sobre la base de combustibles fòssils.

La **crisi alimentària** és també un producte d'aquestes tendències. La maximització de guanys que persegueix el capital especulatiu porta que s'hagin invertit molts diners en les borses (sobretot de Nova York, Londres i Chicago, que influeixen directament en els preus de les *commodities*<sup>14</sup> de tot el món) apuntant el negoci dels aliments, considerat una inversió segura, ja que la gent ha de menjar. També condueix a un augment de la inversió directa acumulant terres productives o amb àmplies reserves d'aigua, i es desplaça d'aquesta manera milions de famílies productores del medi rural.

14 La traducció de *commoditie* és mercaderia, però en aquest context és més encertat traduir-ho per "matèries primeres".

La volatilitat borsària i l'especulació amb béns tan fonamentals com són els aliments es duu a terme mitjançant refinats mecanismes que un informe de l'Institute for Agriculture and Trade Policy descriu així: "Per evitar els reglaments d'especulació, el cabildeo<sup>15</sup> neoliberal va proposar una exempció en les regles per permetre que les institucions financeres poguessin vendre i revendre els contractes de futurs per mitjà de contractes d'intercanvi (Swaps), com si fossin pòlisses d'assegurances. A més, en comptes d'"apostar" per una matèria primera o per una altra, algunes financeres van confeccionar uns fons d'índex de matèries primeres per diversificar riscos de preu /.../ En comptes de comprar o vendre els contractes segons l'oferta i la demanda d'una matèria primera, els fons van comprar o vendre una barreja de matèries primeres, calculades segons una fórmula matemàtica patentada"<sup>16</sup>.

Igual que amb la bombolla immobiliària, l'enorme injecció de dòlars per a l'especulació en matèries primeres va derivar en una inflació dels preus que va col·lapsar. Quan això passa, els bancs no poden respondre per falta de reserves i són rescatats pels fons públics.

Voldríem posar èmfasi en el fet que l'augment d'aquests preus és degut a l'especulació (com va succeir amb la crisi financera), però també al canvi climàtic (que genera pèrdua de productivitat en les collites), a la producció de biocombustibles (la generació requereix moltes hectàrees de terra, la qual cosa pressiona a l'alça el preu dels aliments), a l'augment en el preu de les entrades i del petroli (que al seu torn són resultat dels processos especulatiu i de la crisi energètica), i interrelaciona

els diversos components sistèmics fins a tal punt que **és difícil establir amb certesa què és causa o què és conseqüència en aquesta complexa dinàmica.**

N'hi ha prou a saber, però, que un model de fer economia ja està trobant els seus límits i que un altre model l'ha de reemplaçar urgentment. Cal que aquest nou model s'inspire en valors més elevats, com explicarem en el capítol següent.

## Capítol II

### És possible una altra economia? El cas de les economies solidàries

Crisi econòmica, crisi social i ambiental, atur creixent, objectius del mil·lenni incomplets per l'augment de la pobresa al món, pèrdua de referències culturals. Els signes dels temps que ens toquen viure no semblen encoratjadors. No obstant això, la història no és unilineal: al costat de les grans tendències, es poden observar sempre tendències alternatives; tota cultura hegemònica genera contracultures, les societats presenten sempre una gran capacitat de resistència que abriguen notes d'esperança fins i tot en els contextos més angoixants. Com diu Marcos Arruda, "ni el capitalisme és l'única forma viable d'organització, ni la globalització capitalista l'única fórmula a la qual podem aspirar". En l'àmbit econòmic, podem observar com davant dels models de desenvolupament imperants, basats en una lectura extremadament individualista, materialista i liberal del comportament humà, s'han anat gestant petites experiències que demostren en els fets com **és possible fer economia sobre la base de valors com la solidaritat, l'equitat, la justícia, la cooperació, la participació i la cura del medi ambient.**

Des de fa ja uns quants anys es divulga en el món de les idees i les pràctiques econòmiques alternatives el concepte d'*economia de la solidaritat o economia solidària* per referir-se a les nombroses experiències de fer economia

(en les seves diverses fases de producció, distribució, consum i acumulació) que es caracteritzen per mobilitzar recursos, factors, relacions econòmiques i valors que són alternatius als que hegemonitzen els nostres mercats, i **posen l'ésser humà i les seves necessitats com a prioritat.**

En tractar-se d'experiències que pretenen guiar-se amb criteris alternatius en alguna de les quatre fases de l'economia, necessàriament estem davant de realitats amb propostes molt diverses, per exemple: cooperatives, grups associatius i empreses recuperades, tallers autogestionats, comunitats de treball, experiències de Comerç Just i comunitari, d'estalvi ètic, de producció ecològica i sostenible, de consum responsable, de tecnologies alternatives, etc.

#### DIMENSIONS DE L'ECONOMIA SOLIDÀRIA

Hem de reconèixer tres grans dimensions de l'economia solidària:

- És un moviment que proposa una visió alternativa i constructiva sobre el concepte de desenvolupament i el comportament econòmic.
- És un nou paradigma per pensar i teoritzar en termes econòmics.

<sup>15</sup> Conjunt d'accions que duen a terme *lobbies* per orientar les polítiques.

<sup>16</sup> Suppan, S.: "Especulación en las bolsas de materias primas. Riesgos a la seguridad alimentaria y a la agricultura", IATP, desembre de 2008.

### Algunes característiques d'una empresa d'economia solidària:

- **Democràcia: les decisions es prenen en conjunt.**
- **Equitat: els drets i deures es distribueixen equitativament entre els socis i sòcies.**
- **Justícia distributiva: els mateixos socis i sòcies defineixen els criteris de distribució procurant una remuneració i distribució de guanys al més justes possibles.**
- **Cura del medi ambient: criteris ecològics guien els objectius de l'empresa.**
- **Producció de satisfactors: es produeix un bé o servei que serveixi les veritables necessitats humanes, i s'evita el consumisme.**

- És un conjunt de pràctiques econòmiques sorgides de les comunitats humanes que es distingeixen tant de l'economia capitalista com de l'economia estatal.

El primer que caracteritza el moviment de l'economia solidària a tot el món és el fet de mobilitzar-se per canviar el sentit que actualment tenen els processos econòmics generadors de tanta pobresa, desigualtats, desocupació i deteriorament ambiental. Davant d'aquest panorama descrit en el capítol anterior, el que proposa l'economia solidària és un model de desenvolupament diferent, basat en experiències comunitàries on es destaquin els valors de la solidaritat, de l'ajuda mútua, de

l'equitat, de la participació i del respecte pel medi ambient.

En síntesi, es pot dir que l'economia solidària es caracteritza per demostrar en els fets que és possible (i necessari) incorporar la solidaritat com a element vertebral dels nostres comportaments econòmics. És així que les organitzacions de l'economia solidària presents al Fòrum Social Mundial aconseguen traduir el seu lema "Un altre món és possible" pel més concret "Una altra economia és possible".

"Una segona característica de l'economia solidària és que constitueix un **sector específic de l'economia** diferent del privat empresarial i públic capitalista"

Des d'aquest punt de vista, l'economia de la solidaritat s'entronca amb un altre concepte molt divulgat a Europa a partir de les elaboracions francòfones: l'**economia social**. Encara que poden haver-hi matisos, i la discussió sobre la definició continua oberta, el Consell Való d'Economia Social (CWES - Bèlgica) el 1990 defineix els components bàsics: "l'economia social es compon d'activitats econòmiques exercides per societats, principalment cooperatives, mutualitats i associacions l'ètica de les quals es tradueix en els principis següents:

1. Finalitat de servei als membres o a la col·lectivitat abans que al benefici.
2. Autonomia en la gestió.
3. Processos de decisió democràtica.
4. Primacia de les persones i de treball sobre el capital en el repartiment dels beneficis"<sup>17</sup>.

Al Sud, per la seva banda, els corrents impulsors del cooperativisme i de les mutuals

adopten no sols les mateixes pràctiques europees (les primeres cooperatives i mutuals són fundades pels corrents migratoris) sinó que, a més, adopten la mateixa terminologia del vell continent.

### Organitzacions econòmiques populars

No obstant això, alguna cosa comença a canviar als anys vuitanta. D'una banda, el moviment cooperatiu comença a donar signes d'estancament no sols en allò estrictament productiu, sinó a més en el missatge alternatiu que sempre el va caracteritzar en matèria socioeconòmica. A la crisi de cert cooperativisme tradicional, a més, hem de sumar l'emergència de nous moviments i experiències socials sorgides des dels sectors populars, on es comença a percebre una centralitat indefugible tant de cert discurs contrahegemònic en matèria socioeconòmica, com d'instruments concrets de cooperació, ajuda mútua i reciprocitat. Luis Razeto, juntament amb el seu equip de treball del PET<sup>18</sup> de Xile, anomena aquest fenomen organitzacions econòmiques populars (OEP), i són l'antecedent del que després ell mateix anomenaria experiències d'"economia de la solidaritat". Vegem quines eren llavors les seves característiques:

- Les OEP són iniciatives sorgides en ambients populars, tant del medi urbà com del medi rural.
- Són experiències associatives, moltes vegades de caràcter familiar, veïnal o funcional, que es proposen assolir objectius comuns, a

partir dels quals creen les seves estratègies per afrontar un conjunt de mancances. El distintiu és que en general satisfan no sols necessitats individuals, sinó també socials.

- Fan front a les mancances amb els recursos propis, mobilitzen energies de la societat civil. Tot i això, es tracta d'experiències que moltes vegades tenen el suport de terceres institucions.
- Són iniciatives que impliquen relacions i valors solidaris, que es proposen ser participatives, democràtiques, autogestionàries i autònomes.
- Finalment, són experiències que desenvolupen un discurs i una pràctica alternativa respecte del sistema dominant i elaboren respostes integrals<sup>19</sup>.

El concepte d'organitzacions econòmiques populars va servir per catapultar després el concepte d'economia solidària al continent llatinoamericà. No pot cridar l'atenció en aquest sentit que molta literatura de l'època, i fins i tot dels últims anys, utilitzés el concepte "**d'economia popular solidària**".

Arribat a aquest punt, convé precisar alguns aspectes que, si bé en principi poden fer més complex el panorama, segurament al final contribuiran a enfocar millor els comportaments econòmics que ens interessa rescatar.

La primera precisió és que **no tota l'economia popular es pot considerar economia solidària**: nombroses experiències de supervivència entre els sectors populars, lluny de practicar valors solidaris, es basen en mecanismes i racionalitats alienes a les que es promouen des del nostre paradigma; ens

<sup>18</sup> Programa Economía del Trabajo

<sup>19</sup> Cfr. Razeto, L. Et al: *Las Organizaciones Económicas Populares 1973 - 1990*, Santiago, PET, tercera edició ampliada, 1990.

<sup>17</sup> Cfr. Ciriec: *Economía Social y empleo en Europa*, Madrid, Ciriec Espanya, 2000.

referim a diferents sortides de caire individualista, delictiu o immoral. Aquesta primera precisió ens servirà per rebutjar certa literatura romàntica i ideològica que troba lloable i positiu tot el que prové de les capes populars. Des del nostre punt de vista, l'economia popular es canalitza en bona part en economies solidàries, però en una altra part en sortides no solidàries. Aquí s'apunta com a primer repte conduir les sortides individualistes a sortides de caire comunitari entre aquests sectors<sup>20</sup>.

Una segona precisió és que no totes les experiències d'economies solidàries sorgeixen i es desenvolupen en ambients populars, entenent en aquest cas allò popular com una retallada en l'estructura social: una part de les experiències solidàries s'originen en altres contextos socioeconòmics, menys constrets per les necessitats materials i, per tant, moltes vegades amb més marge per apostar per certs canvis de valors en la posada en pràctica de nombroses experiències econòmiques. D'aquesta manera, l'economia solidària també s'explica pel canvi de valors econòmics en el context d'allò que Inglehart anomena "valors postmaterialistes".

Una tercera precisió és de caràcter més acadèmic: l'existència d'un ric entramat social de caire solidari entre les capes populars i cultures autòctones dels països africans i llatinoamericans no és res que s'hagi descobert recentment, sinó que ha estat objecte d'estudi des de fa un bon temps per part de les ciències socials. Nombroses investigacions confirmen la presència de relacions de reciprocitat i solidaritat que s'expressen en

termes i "institucions socials" també molt autòctones i arrelades en la cultura dels nostres pobles. El concepte de "Sumak Kawsay" (traduït com "bon viure" i recentment incorporat a la Constitució de l'Equador), molt arrelat en les cultures andines, és un bon exemple en la matèria.

En quart lloc diguem que si bé el concepte d'economia de la solidaritat és recent, i d'encuny llatinoamericà, les seves pràctiques arrelen en els orígens de l'espècie humana. Lluny del principi de l'homo oeconomicus<sup>21</sup>, segons el qual seríem per naturalesa egoistes i individualistes, el que mostra la història (i la prehistòria) de la humanitat és que sense solidaritat no hauria estat possible sobreviure com a espècie. Estudis clàssics de l'antropologia econòmica subratllen en aquest sentit que els valors solidaris, encarnats per exemple en la reciprocitat, la redistribució, les donacions o fins i tot mecanismes d'economia domèstica, van ser bàsics per entendre la manera com fèiem economia, fins que amb la modernitat comencen a prevaler altres valors (o antivalors) com l'afany de lucre, l'individualisme, la concentració de riqueses, etc., més pròpies de l'economia de mercat.

L'economia solidària, per tant, reuneix les diverses experiències de fer economia en totes les seves etapes (producció, distribució, consum i estalvi) que es caracteritzen per vertebrar-se al voltant de la solidaritat com a valor suprem. La solidaritat (del llatí, *solidum*) al seu torn s'ha d'entendre en un doble sentit: en primer lloc, com tot allò que fem conjuntament amb els altres, la qual cosa dóna lloc a

### L'economia solidària promou



l'associativitat, i en segon lloc com tot comportament que tingui en compte el benestar d'un tercer. Des d'aquest punt de vista, són entitats solidàries tant aquelles de caràcter associatiu (una cooperativa, una associació de productors i productores, una comunitat de treball), com aquelles que s'organitzen no per al benefici propi, sinó que estan orientats pel bé comú o el bé d'algun sector desfavorit de la societat (una botiga de Comerç Just, un banc ètic, etc.).

L'economia solidària és molt més que la reunió de determinades experiències. Pretén ser, en aquest sentit, un corrent crític de la forma i els valors que imperen avui en els nostres mer-

cats. Allà on s'exacerba l'individualisme, l'economia solidària promou el comunitarisme; allà on s'incita a la competència, l'economia solidària promou la cooperació; allà on es busca el lucre, l'economia solidària promou un benefici just; allà on guanya el materialisme, l'economia solidària promou la satisfacció de totes les necessitats humanes; allà on es persegueix el consumisme, l'economia solidària promou el consum responsable; allà on es glorifica el lliure comerç, l'economia solidària proposa el Comerç Just; finalment, quan només es parla de creixement econòmic, l'economia solidària prefereix parlar de desenvolupament a escala humana.

<sup>20</sup> Altres reptes que sorgeixen en matèria d'economia popular es poden veure a Guerra, P. (coord): *Haciendo la calle*, Montevideo, Nordan, 2000.

<sup>21</sup> Ben anomenat per Hinkelammert "subjecte carterà". Cfr. Hinkelammert, F.: *El grito del sujeto*, Costa Rica. DEI, 1998.

## LA PERTINÈNCIA DE L'ECONOMIA SOLIDÀRIA EN UN CONTEXT D'EMERGÈNCIA SOCIAL

Podem dir que hi ha dues fonts en els orígens de les experiències d'economia solidària a tot el món. D'una banda, bàsicament en els contextos on prevalen els valors postmaterialistes, les iniciatives sorgeixen en un context de crisi d'un model de desenvolupament que pretén vincular el creixement econòmic amb la felicitat de la gent. Cras error, si tenim en compte que algunes de les ciutats més riques del món són ciutats crítiques des del punt de vista de la seguretat, de la cura del medi ambient, dels llaços comunitaris i de la vida familiar. Moltes vegades la riquesa material no va acompanyada d'autèntic benestar. És així que en els últims anys han sorgit moltes **iniciatives guiades per valors alternatius** que pretenen superar aquest concepte de desenvolupament, **posant l'accent en fórmules econòmiques més amigables amb la comunitat i amb el medi ambient**. A Itàlia, per exemple, els qui participen de l'economia solidària utilitzen la veu l'altra economia (*l'altra economia*) que inclouen bàsicament el Comerç Just i solidari, les finances ètiques, l'agricultura biològica, el consum crític, el turisme responsable, experiències de reciclatge de materials, amb energia renovable, intercanvis no monetaris, sistemes de programari lliure, etc.<sup>22</sup>

D'altra banda, a l'Amèrica Llatina i Àfrica, els orígens de les pràctiques de l'economia solidària són diferents. Neixen, com hem vist abans, bàsicament en ambients populars, i les iniciatives moltes vegades s'originen no

tant com una alternativa guiada pel desig de canviar la forma de fer economia de les nostres societats, sinó fonamentalment com una **estratègia de supervivència** de vegades promogudes per les pròpies comunitats, altres vegades promogudes des d'organitzacions socials. És així que la majoria de les cooperatives de producció en alguns països llatinoamericans neixen com a fruit de la crisi d'una empresa; aquí està el cas de les empreses recuperades els últims anys. És així, a més, que nombroses experiències de relleu com les que exposarem més endavant sorgeixen en el marc de projectes de desenvolupament local promoguts per organitzacions de la societat civil.<sup>23</sup> Això no vol dir que els valors alternatius no estiguin presents en els subjectes involucrats. De fet, hi ha nombroses experiències notables on l'associacionisme comença sent un simple recurs de supervivència, però on la pròpia dinàmica socioeconòmica acaba situant determinats valors no sols com a mitjans sinó també com a fins en ells mateixos.

## L'ECONOMIA SOLIDÀRIA I LA SEVA ORGANITZACIÓ EN XARXES

Una de les característiques de l'economia solidària com a moviment social és la recerca d'un treball en xarxa que permeti guanyar no sols en termes d'eficiència econòmica i gremial, sinó a més d'identitat davant de les altres formes de fer economia.

És així que en els últims anys s'han creat nombroses xarxes locals, nacionals, regionals i fins i tot internacionals per enfortir el movi-

ment. Vegem què passa en els tres continents on focalitzarem l'anàlisi de casos:

### Amèrica Llatina

Entre les xarxes nacionals, destaca pel seu alt nivell d'organització i mobilització el Fòrum Brasiler d'Economia Solidària (FBES), un espai promogut des de la societat civil on convergeixen entitats productives, organitzacions de promoció i gestors públics (agents del govern). En la seva Carta de Principis, podem llegir com a primera presentació el següent:

*"L'economia solidària ressorgeix avui com a rescat de la lluita històrica dels treballadors, com a defensa contra l'explotació del treball humà i com a alternativa a la forma capitalista d'organitzar les relacions socials dels éssers humans entre ells i d'aquests amb la natura."*<sup>24</sup>

En altres països com Argentina, Bolívia, Xile, Equador, Mèxic, Perú i l'Uruguai, les xarxes integren només actors de la societat civil, encara que en la majoria dels casos hi ha un diàleg freqüent amb el sistema polític. Finalment, alguns països com Colòmbia o Veneçuela, a més de la majoria dels països centreamericans, presenten diverses organitzacions de promoció de les economies solidàries, tot i que no han construït encara una única coordinació o xarxa nacional.

Des del punt de vista supranacional, en matèria de xarxes llatinoamericanes podem distingir les que prenen com a nucli bàsicament actors de l'economia real (organitzacions productores i comercialitzadores) i aquelles que integren organitzacions de tot

tipus (incloent-hi organitzacions de promoció). Entre les primeres, destaquen la Coordinadora Llatinoamericana i del Carib de Petits Productors de Comerç Just (CLAC), integrada per 300 organitzacions, fonamentalment cooperatives, que venen part de la seva producció en el marc del Comerç Just, així com el capítol llatinoamericà de l'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO). També podem esmentar el cas de la Xarxa Llatinoamericana de Comercialització Comunitària (RELACC), la Xarxa Llatinoamericana de Botigues d'Economia Solidària i Comerç Just (ELAT) i la Confederació Llatinoamericana de Cooperatives i Mútues de Treballadors (COLACOT). Entre les segones, trobem la Xarxa Intercontinental d'Economia Social i Solidària (RIPESS LA) i l'Espai Mercosur Solidari (EMS). El 2009 gairebé totes aquestes van crear un espai anomenat Trobada Interxarxes, amb el propòsit de coordinar agendes i avançar encara més en la consolidació d'un moviment llatinoamericanista d'economia solidària més cohesionat.

### Àfrica

A l'Àfrica també ha operat un procés d'organització nacional a escala de xarxes, encara que amb menys dinamisme i moltes vegades promoguts per projectes de cooperació internacional. El Fòrum Social Mundial, amb importants reunions internacionals, ha contribuït a la conformació del Fòrum Social Africà. També la Xarxa Intercontinental de Promoció de l'Economia Social i Solidària (RIPESS) compta amb la seva xarxa continental africana: RAESS, amb presència a Benín, Burkina Faso, Camerun, República Democràtica del Congo, Costa d'Ivori, Gabon, Maurici, Mali, Níger, Senegal, Togo, Tunísia,

22 Cfr. "Cosa è l'altra economia", Comune di Roma, agosto de 2004.

23 En els últims anys també podem incloure una onada d'iniciatives econòmiques creades a l'empara de polítiques públiques per al foment del sector, sobretot propiciant l'activació econòmica en contextos de pobresa i vulnerabilitat.

24 FBES: "Carta de Principios", en [http://www.fb.es.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=63&Itemid=60](http://www.fb.es.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=60). Accés el 17 de maig de 2010.

Algèria, Marroc. La WFTO, mentrestant, compta amb el seu capítol africà: COFTA, integrada per 70 organitzacions de 20 països.

### Europa

El setembre de 2011 va tenir lloc a Barcelona el Congrés Fundacional de RIPESS Europa, el capítol europeu de la Xarxa Intercontinental de Promoció de l'Economia Social i Solidària.

Destaca en el continent el treball conjunt en xarxes com l'associació d'importadores EFTA (Associació Europea de Comerç Just) i el capítol europeu de WFTO (Organització Mundial de Comerç Just).

En el cas d'Espanya, país on ens hem aturat per mostrar alguns casos pràctics, destaca l'existència de la Xarxa de Xarxes d'Economia Alternativa i solidària (REAS), que compta amb xarxes en cada comunitat autònoma, i la coordinadora Estatal de Comerç Just (CECJ), que uneix totes les entitats que treballen activament en el moviment de Comerç Just. A Catalunya, la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya (XES) agrupa més de seixanta col·lectius (cooperatives de treball i consum, empreses d'inserció, associacions i fundacions, societats laborals i mutualitats...) que treballen des del Comerç Just, a les finances ètiques, els serveis a empreses, la producció agroecològica, la indústria, la comunicació...

També hi ha un important dinamisme d'organitzacions nacionals i supranacionals a l'Amèrica del Nord i Àsia. En tots els casos, l'organització en xarxes ha permès més visibilitat del moviment i més oportunitats per a la incidència pública o fins i tot per a l'accés a més oportunitats comercials (els casos de les Fires d'Economia Solidària a l'Uruguai i el Brasil en són un exemple).

Els imposterables reptes polítics de l'economia solidària, per tant, depenen en bona part de la capacitat d'organització, de teixits en xarxa, de sumar col·lectius per part de les experiències alternatives. Com veurem a continuació, les possibilitats de fer replicar o multiplicar els efectes positius de certes experiències dependran de circumstàncies polítiques que difícilment s'assoleixin sense articulació i intercooperació.

## Capítol III

### Anàlisi d'experiències

#### NOTES SOBRE LA RECOL·LECCIÓ DE LA INFORMACIÓ

El propòsit de la informació recollida i processada per a l'elaboració d'aquesta publicació no és mostrar un balanç quantitatiu de les experiències que es divulguen, sinó introduir al lector i lectora sobre les seves característiques generals i els impactes percebuts pels actors sobre les seves experiències. Amb aquest objectiu, un equip de diverses persones provinents de diferents continents han participat en el contacte amb organitzacions i recollida d'informació i testimonis.

El Fòrum Social Mundial de Dakar del 2011 va ser el punt de partida en el qual SETEM i la persona contractada a Senegal van contactar 8 experiències d'economia solidària a Àfrica, 5 a Amèrica Llatina i 3 a l'estat espanyol, per tal de mostrar en un mostreig teòric les potencialitats i assoliments de cadascuna d'elles. Per a la seva selecció es va tenir en compte el treball en diferents sectors econòmics, diversos àmbits socioculturals de desenvolupament i diferents graus d'estructuració organitzacional. L'equip de SETEM va elaborar dos qüestionaris per a la recollida de la informació a Àfrica: un dirigit a recaptar dades de l'organització i valoració d'impactes, i un altre dirigit a persones integrants, sol·licitant l'opinió i percepció sobre la seva organització i el treball en el marc del Comerç Just i l'economia solidària.

En la majoria dels casos europeus i llatinoamericans, el procediment de recollida de la informació va ser diferent. Tenint en compte alguns problemes vinculats al procés de recollida de la informació durant 2011, un nou consultiu es va integrar a l'equip i les fonts van ser novament contactades el 2012. És així que en comptes d'aplicar els formularis, el mecanisme va consistir en prendre contacte amb les persones referents de les organitzacions i sol·licitar-los la informació sobre els casos (incloent documentació i testimonis), que es va complementar amb anàlisis de documentació i lectura dels llocs webs oficials d'aquestes organitzacions.

Després d'un procés d'ampliació i validació de la informació, per comú acord entre el consultiu i l'equip tècnic de SETEM, es van seleccionar els casos que finalment s'exposen en aquesta publicació, cinc per cada regió.

**Notes metodològiques:** 1. els casos que corresponen a Àfrica i Amèrica Llatina comencen amb una breu presentació dels respectius països on es desenvolupen els emprendiments. La font d'informació estadística per a aquests països correspon a la Guia del Tercer Món<sup>25</sup> i llocs webs d'organismes multilaterals<sup>26</sup>. 2. La descripció de les característiques de les empreses pren com a font la documentació rebuda per SETEM i els llocs webs oficials de les respectives organitzacions.

<sup>25</sup> Cfr. [www.guiadelmundo.org.uy](http://www.guiadelmundo.org.uy)

<sup>26</sup> Cfr. Webs del Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament ([www.undp.org](http://www.undp.org)), Organització Internacional del Treball ([www.ilo.org](http://www.ilo.org)), Comissió Econòmica per a Amèrica Llatina i el Carib ([www.eclac.org](http://www.eclac.org)) i Banc mundial ([www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org)).



## Mapa índex de les experiències

Red Comal  
[Hondures] pàg. 63

El Salinerito  
[Equador] pàg. 54

Faces de Brasil  
[Brasil] pàg. 69

ASARBOLSEM  
[Bolívia] pàg. 50

Cadena Textil Solidaria  
[Argentina] pàg. 59

RESOPP  
[Senegal] pàg. 46

Les cuines col·lectives de Mali  
[Mali] pàg. 30

Le Gafreh  
[Burkina Faso] pàg. 34

[Senegal]

[Benín]

[Burkina Faso]

[Camerun]

[Congo]

Fonds  
Afrique  
pàg. 38

Gone Rural  
[Swazilàndia] pàg. 42

Fiare pàg. 85

Red Social Koopera pàg. 81

Landare pàg. 74

Som Energia pàg. 78

IDEAS pàg. 89

[Àfrica]

## Les cuines col·lectives de Mali

**Woïyo Kondeye: Espai de reflexió i ajuda mútua entre dones**



### Xifres clau

- ✓ **62** dones es beneficien de les cuines col·lectives de Mali
- ✓ **90** cuineres de menjadors escolars aprenen a fer plats més sans i equilibrats
- ✓ **1.879** alumnes milloren la seva nutrició en els menjadors escolars

La República de Mali compta amb una població de prop més de 15 milions de persones en una superfície de 1.220.190 Km<sup>2</sup>. La seva situació alimentària és deficitària, i ha d'importar uns 125 milions de tones de cereals l'any (dades corresponent a l'any 2000). Alguns dels problemes detectats in situ són la degradació del poder adquisitiu de la població; la poca diversitat de l'alimentació que deriva en malnutrició crònica i aguda del 30% de la població infantil (de 0 a 5 anys), vinculada a l'aportació insuficient de proteïnes; els problemes derivats de manca de iode; l'anèmia causada per ferro insuficient i falta de vitamina C. L'esperança de vida en néixer és de 52 anys, i la mortalitat infantil és de 142 per 1.000. L'analfabetisme arriba al 60% de la població i assoleix el 77% entre les dones.

En aquest context, es crea fa 15 anys l'ONG Woïyo Kondeye (WK), que significa "espai de

reflexió i d'ajuda mútua entre les dones" en llengua songhai, partint de la constatació que les dones de Mali viuen marginades a tots els nivells de la societat.

WK dona suport a les accions de les dones i les seves comunitats per a la millora de les seves condicions de vida i la seva dignitat. Contribueix a l'accés de les dones a la informació i a una bona formació, i assegura alhora la seva implicació en la vida activa de la societat.

Aquest projecte es basa en el concepte de cuina col·lectiva i en la valoració dels productes locals amb l'objectiu de reduir la malnutrició i les seves conseqüències, i permetre a les dones dels llocs més pobres assumir la responsabilitat de la nutrició de les seves famílies.

### Què són les cuines col·lectives de Mali?

És un grup d'embarassades i de mares de nens i nenes de 6 mesos a 5 anys que, acompanyades

per una persona formada en nutrició, posen en comú el seu temps, els seus diners, els seus productes i els seus coneixements per confeccionar plats sans, nutritius, variats, econòmics, fàcils de conservar i fets a partir de productes locals.

Tot això es fa amb plaer, il·lusió i respecte, segons comenten els participants, compartint i ajudant-se mútuament. Una vegada tornen a casa, tenen al seu abast aliments nutritius, sans i preparats perquè siguin consumits.

Les activitats fetes en aquestes cuines col·lectives estan destinades a ser una transferència de coneixements, l'objectiu de les quals és l'autonomia dels grups de dones. Les cuines col·lectives es destinen a les mares de família que tenen la preocupació o l'interès per conèixer millor els aliments locals, les seves transformacions, la higiene i l'estalvi per alimentar més bé les seves famílies i augmentar la seguretat alimentària de les seves llars.

### La valoració dels productes locals

Les activitats de les cuines col·lectives es basen en la preparació i la transformació de productes locals, aliments molt nutritius. Bàsicament són cereals (mill, melca, fonio, arròs, blat), llegums (mongetes, cacauet, soja), fruita (mangos, plàtans, pinyes i papaies) i verdures.

Aquests productes són transformats en:

- Aliments precuits locals:
  - cuscús de mill o d'arròs acompanyat d'un paquet de verdures deshidratades o de fulles riques en ferro
  - *fonio* o melca precuit acompanyat de verdures deshidratades
  - *djonka* precuit (mill fonio, un cereal molt popular a Mali)
  - *laro* precuit (plat molt popular a base de melca) acompanyat amb paquets de verdures deshidratades, d'acedera, de peixos



secs o fumats preparats de la manera més higiènica possible.

- Fruits secs (mangos, papaia, plàtans, etc.)
- Purés enriquits i variats a base de cereals locals, llegums i productes de collita (Nerea, Zira)

Tot això reforça i revalorava les bones pràctiques existents i promou el consum d'aliments locals. La valoració dels productes locals és un factor d'implicació de les comunitats en la millora nutricional de les poblacions, especialment les més vulnerables.

D'aquesta manera, les cuines col·lectives de Mali contribueixen a la lluita contra la pobresa a



través de la creació de llocs de treball, la transformació i l'augment dels ingressos dels productors i les productores locals. Afavoreixen també la millora de la salut tant dels seus integrants com del seu entorn familiar, gràcies al consum d'aliments sans i nutritius.

Per a la consecució d'aquests objectius, l'organització ha promogut la creació de COFETPROL, una cooperativa integrada per les dones que processen els aliments.

### Quin és el resultat i el futur de les cuines col·lectives?

La cuina col·lectiva ha millorat considerablement els costums alimentaris, l'autoestima de les dones i ha produït ingressos a través del servei de menjars preparats.

### Testimoni de Founé

**Foune Diarisso, 54 anys, membre des de 2007.**

És tenyidora, compra els teixits, els tenyeix, els confecciona i els ven a Bamako. Amb 8 persones a casa, els menjars requereixen astúcia, savoir-faire i organització, que és precisament el que la cuina col·lectiva li ha aportat.

«La cuina col·lectiva m'ha aportat moltes coses; per exemple, formar-me en els valors nutritius dels aliments locals. He estat transformadora de productes locals, però no en coneixia els valors nutritius. Ara he pogut millorar el règim alimentari de la meua família. També he après noves tècniques de transformació, com les fulles verdes, i he tingut la sort d'aprendre a ani-

mar (facilitar) activitats que es dirigeixen a moltes dones.

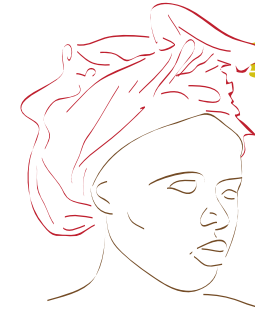
Hem millorat la nostra higiene alimentària, sobretot pel que fa a les fruites i verdures crues, així com la higiene corporal (rentar-se les mans), que no era una pràctica habitual. També hem pogut reduir les despeses comprant a l'engròs i cuinant en grup.

He sortit a la tele! Al programa "Menjar bé". M'he sentit molt orgullosa de presentar plats que havíem preparat i algunes persones que em trobo pel carrer em reconeixen!

A la cuina col·lectiva, tenim l'oportunitat de xerrar entre nosaltres sobre la preparació dels plats i aprenem moltes coses. Ara, quan surto de casa, sé que tindrè una feina a la cuina col·lectiva. A més, la cuina col·lectiva ha contribuït a augmentar els meus ingressos gràcies al servei de plats preparats.» ●

### Testimoni de Foutamata

**Nova membre, 35 anys.**



**S'acaba d'apuntar a una cuina col·lectiva per millorar l'alimentació de la seva família. Foutamata porta un petit comerç de transformació de cereals: la compra, la transformació (molta dels cereals) i la venda dels cereals mòlts.**

«He après a transformar els cereals i conservar-los. Vaig entendre que rentar-se les mans i mantenir neta la cuina és igual d'important.»

Gràcies a la cuina col·lectiva, ha deixat d'utilitzar productes químics no nutritius i utilitza molt més els productes locals. Ha millorat l'alimentació i la higiene de la seva família. ●

## Impactes

### Social

- ◆ Reducció de la taxa de malnutrició i de les malalties en les famílies de les beneficiàries.

### Econòmic

- ◆ Creació de grups de transformació de productes locals en precuits, xarops, confitures...
- ◆ Creació de la cooperativa COFETPROL per al processament dels productes.
- ◆ Creació de punts de venda d'aliments preparats i transformats.

### Mediambiental

- ◆ Desenvolupament del cultiu biològic
- ◆ Reducció de l'ús de pesticides
- ◆ Organització de jornades periòdiques de salubritat per a les dones als seus barris
- ◆ Revaloració dels productes locals i de proximitat, la qual cosa genera menys dependència dels aliments importats

### Personal

- ◆ Desenvolupament socioeconòmic
- ◆ Reforç de les capacitats nutritives i higièniques
- ◆ Millora dels ingressos
- ◆ Ampliació de les relacions
- ◆ Millora de la consciència ciutadana participant en esdeveniments nacionals i internacionals
- ◆ Millora de l'autoestima, valoració de les capacitats culinàries



### Gènere

- ◆ Solidaritat entre dones a causa de la creació d'un espai on compartir i ajudar-se mútuament.
- ◆ Les dones han millorat els seus costums alimentaris i els de les seves comunitats gràcies als coneixements adquirits en nutrició i higiene.
- ◆ Millora dels ingressos de les dones gràcies al servei de menjars preparats amb productes locals.

[Àfrica]

# Le Gafreh

## Centre de reciclatge de bosses de plàstic



### Xifres clau

- ✓ **117** organitzacions integrades
- ✓ Més de **5.000** dones participant activament
- ✓ **60** dones treballen en l'organització
- ✓ Més de **20.000** quilos de bosses reciclades cada any

La República de Burkina Faso compta amb una població d'una mica més de 16 milions de persones en una superfície de 273.600 km<sup>2</sup>. Com tota la regió, pateix les conseqüències de la desertificació provocada per la manca de pluges i l'inadequat ús de tècniques d'explotació agropecuària. El PIB per càpita és de 976 \$ i l'esperança de vida en néixer és de 48 anys. La mortalitat infantil és de 105 per mil. L'analfabetisme arriba al 77% de la població i augmenta fins al 87% entre les dones. La situació de més vulnerabilitat social de la dona és producte d'una societat patriarcal que no valora les seves aportacions en la vida social i econòmica.

#### Gafreh: una doble resposta

En aquest context, es crea el 1995 el Grup d'Acció de les Dones per al Rellançament Econòmic de Houet (GAFREH) a Bobo Dioulasso, per con-

tribuir a la millora de les condicions de vida de les dones de la regió.

Gafreh es proposa revalorar el lloc de la dona i té com a objectiu sensibilitzar, agrupar i formar dones perquè puguin jugar plenament el seu rol en el desenvolupament econòmic de la província.

Pera afavorir aquest empoderament femení, Gafreh duu a terme accions en dos àmbits:

- Promoció de la inserció econòmica de les dones per assegurar la seva autonomia financera
- Formació de les dones en el coneixement dels seus drets.

El 2002, Haoua Ibouldo, actualment tesorera de Gafreh, tenia uns animals a Bobo Dioulasso que servien per aportar uns petits ingressos addicionals a la seva família. Cansada que els animals morissin per la ingestió de bosses de

plàstic, va unir una problemàtica tan greu com la de la marginació de les dones a la contaminació massiva causada per la deixalla sense criteri de les bosses de plàstic emprades, que "decoren" tristament els arbres, "maten" els terres i embusen els canals, la qual cosa afavoreix l'estancament de les aigües i la propagació de malalties com el còlera, el tifus i el paludisme... (Segons el Ministeri de Recursos Animals, aquesta seria la causa del 30% de la mortalitat animal.)

Indignada per la quantitat de bosses de plàstic, Haoua va tenir la idea de recollir-les i revalorar-les. Més tard, el seu projecte va ser objecte d'ajudes de la cooperació internacional; això va permetre començar amb un equip de 6 dones, el nombre de les quals va augmentar deu vegades al cap de deu anys, implicades en les feines de recollir, rentar, tallar, teixir (teler i punt), fer ganxet i costura. És així que es van elaborar uns 80 tipus d'articles diferents, enter els quals hi ha bosses, cistells, moneders, fundes de mòbils, pufs, clauers, conjunts de taula, nines, etc.

Com a integrant de la WFTO<sup>27</sup> Gafreh espera desenvolupar les seves sortides comercials integrant els valors de dignitat, remuneració justa i promoció de la dona, en una lògica de millora contínua de les pràctiques i les condicions de les dones.

Aquest projecte ha tingut un fort impacte positiu sobre un dels problemes més greus



de la regió. D'una banda, la reducció de la pobresa, assegurant ingressos estables a les dones i noies joves més desfavorides, que són les beneficiàries prioritàries del centre. A més, el projecte ha permès la inserció professional d'algunes mares joves, generalment excloses, rebutjades per les seves famílies i, consegüentment, amb grans dificultats per afrontar el futur.

Evidentment, la lluita contra la contaminació és el segon impacte del centre. Recollint bosses del paisatge natural i urbà i reciclant-les, les dones contribueixen a sanejar i a lluitar contra allò que el Ministeri del Medi Ambient de Burkina Faso anomena "el gran desastre del rebuig de les bosses de plàstic".

Finalment, afavoreix l'educació de les dones i la promoció dels seus drets gràcies a diverses formacions que proposa Gafreh sobre el codi de les persones i la família.

27 Organització Mundial de Comerç Just (World Fair Trade Organization)

### Testimoni de Fatimata Zouré

**Fatimata Zouré, 33 anys, treballa des de fa 3 anys al centre.**

«Sóc mare de família, som sis a casa. Al matí, faig les feines quotidianes de la llar abans de venir al centre. Munto el teler i començo a treballar.

Disposo de dues hores per dinar, entre les 12 i les 14 h, i torno a casa a les 17.30 h per ocupar-me de la família.

D'ençà que treballo al centre, puc ajudar el meu marit amb les càrregues familiars. El nostre nivell de vida ha augmentat. Gràcies a això, puc comprar petits regals als meus fills i al meu marit el dia del seu aniversari, i participar en les obres socials.

Gafreh ha aportat molt a la comunitat. La recollida de bosses ha permès sanejar la ciutat i lluitar contra la contaminació. A més, dóna feina a moltes dones, la qual cosa permet lluitar contra la pobresa.

La meua visió del Comerç Just és que tothom té la seva part. Pel que fa a l'economia solidària, aquesta implica la participació de tothom.» ●

### Testimoni de Haoua Ibouldo

**Directora del centre**

«Gràcies al reciclatge, les dones poden viure bé. S'escolaritza els nens i nenes, i les dones van a classes d'alfabetització finançades pel centre.

És important educar les dones perquè puguin gestionar les seves activitats. No hem volgut contractar homes per ocupar-se de la gestió; són les dones les qui ho fan. Com que els homes han rebut una educació millor, ens sotmetrien.

Gràcies als beneficis obtinguts, hem pogut aconseguir documents d'identitat per a aquelles dones que no en tenien i comprar bicicletes per a aquelles que viuen lluny del centre.

Avui, el nostre objectiu és augmentar les vendes, fer sostenible el projecte i ampliar les activitats per poder oferir oportunitats al màxim nombre de dones possible.

Volem que les dones ocupin el lloc que els correspon a la societat, lluitin pels seus drets i siguin més valorades. És per això que Gafreh porta a terme nombroses campanyes de sensibilització.

També hem volgut crear un centre de formació per a les dones i construir el nostre centre de reciclatge, per no haver de pagar lloguer mai més.

La solidaritat entre dones és essencial. Quan estem juntes i duem a terme les nostres idees, podem avançar. Així es comencen a aixecar muntanyes.» ●

## Impactes

### Personal

- ◆ Millora dels ingressos
- ◆ Ampliació de les relacions
- ◆ Millora de la consciència ciutadana participant en esdeveniments nacionals i internacionals
- ◆ Augment de l'autoestima i empoderament

### Mediambiental

- ◆ Procés productiu basat en reciclatge de bosses de plàstic, una de les fonts de contaminació més importants del país
- ◆ Plantació d'un petit bosc d'anacards

### Social

- ◆ El model de negocis, que combina dimensions socials i econòmiques, ha permès reduir la pobresa.

### Econòmic

- ◆ Posada en funcionament del programa de micro-crèdits
- ◆ Capacitació microempresarial a dones

### Gènere

- ◆ Les dones han aconseguit reconeixement social
- ◆ Capacitació a milers de dones en drets
- ◆ Assessories per regularitzar la situació matrimonial de les dones (l'absència de regulació contribueix a la seva desprotecció)
- ◆ Augment del nombre de dones ocupades en la iniciativa econòmica
- ◆ Millora dels ingressos de les dones gràcies al desenvolupament adquirit per la iniciativa econòmica.



[Àfrica]

# Fonds Afrique

Fons Africans,  
iniciativa de finances solidàries

## Xifres clau

- ✓ **260.000** euros generats per persones estalviadores solidàries invertits en 13 projectes empresarials
- ✓ **4** països africans participant dels Fons
- ✓ Entre **50 i 100** empreses acompanyades durant un any



Els Fons Africans són un bon exemple de solidaritat econòmica internacional entre persones estalviadores (en aquest cas, franceses) i persones emprenedores (en aquest cas, africanes). Creats el 2005 per la societat cooperativa Garrigue (França), treballen aportant un fons de capital risc gestionat per l'Associació Tech Dev (amb seu a París), dirigit a petites empreses d'utilitat social que normalment no compten amb possibilitats de finançament bancari amb els sistemes crediticis tradicionals. El 2006 eren 43 les persones sòcies estalviadores que van aconseguir formar un capital de 65.000 euros.

El sistema es basa en la presència de socis institucionals representatius d'entitats d'utilitat social amb seu en alguns països africans.

Aquests socis són: Bureau d'appui aux artisans (Benín); ICDE (Burkina Faso); la Maison de l'Entreprise du Cameroun (Camerun); le Forum des Jeunes Entreprises du Congo (Congo), i Baobab des Saveurs (Senegal).

El particular sistema d'inversió consisteix a orientar una part dels estalvis de la cooperativa cap a fons que privilegien el caràcter socialment útil d'aquests, sense buscar la maximització de beneficis financers. Les persones sòcies estalviadores estan informades de l'ús que es farà dels seus diners, saben que no estan fent aportacions a fons especulatiu i confien en els qui gestionen els fons per mantenir el valor dels seus estalvis i així no arribar a pèrdues nominals en el moment de retirar els diners.



Fons Africans inverteix en petites empreses de gran utilitat social en el seu país. Perquè una empresa rebi crèdit dels Fons, ha de respondre a criteris d'economia social i de respecte al medi ambient. Ha de ser d'utilitat col·lectiva (creació de llocs de treball i govern ètic), valorar els recursos naturals locals i vendre els seus productes prioritàriament en el mercat local i no exclusivament en exportació.

Si la demanda de finançament de l'empresa africana s'accepta després d'un estudi a fons del comitè de riscos dels Fons, la societat cooperativa Garrigue fa una inversió d'entre 15.000 i 30.000 euros, per una durada de 5 anys com a mínim.

Es pot fer de 2 maneres:

- Aportació minoritària en capital (inferior al 30% del capital de l'empresa), que representa prop del 20% de la inversió.
- Aportació al compte corrent d'associats i associades, reemborsable en 2 o 3 anys, amb un diferit de 12 a 18 mesos i un interès mitjà del 7,5%. Com a associat, Garrigue no demana garantia.

D'aquesta manera, l'empresa "sostinguda", gràcies a l'acompanyament de Tech Dev, pot portar a terme la seva activitat tot i ser autònoma.

En l'actualitat es compta amb el suport de més de 150 estalviadors i estalviadores que han subscrit el Fons Africà i 13 empreses reben fons per un total de 260.000 euros.

## Testimoni de Cooperativa Cuba Libre (Congo)

### Empresa beneficiada pel finançament dels Fons Africans

Parfait Kissita, fundador de la Cooperativa agrícola Cuba Libre, neix al Congo el 1970. Fa els estudis de secundària i superiors a Cuba i obté el seu

diploma en tecnologia agroalimentària a l'Institut Politècnic Idilio.

El 1994 posa en marxa una petita unitat informal de transformació agroalimentària a Brazzaville anomenada COPRAC (Conservació de productes agrícoles del Congo), que produeix xarops, suc, confitures i conserves de verdures.



## Testimoni de Cooperativa Cuba Libre (Congo)

El 1998 les activitats són interrompudes per la guerra civil, però recomencen a petita escala 5 anys més tard a la ciutat de Pointe Noire.

El 2005, amb l'ajuda d'un soci congolès, Parfait Kissita crea una cooperativa agrícola anomenada Cuba Libre i produeix productes com el suc de gingebre i barreges de fruites (fruita de la passió, mango, etc.).

L'objectiu és revalorar un sector vital per al país, la transformació de les fruites, assegurant uns ingressos mínims als productors i productores i valorant els excedents de producció.

Parfait Kissita afirma amb convicció la seva voluntat de contribuir al desenvolupament econòmic i social del seu país: «*El Congo importa en gran quantitat productes transformats com els sucus de fruita, procedents de l'Àsia i d'Europa, mentre que les terres del país són fèrtils i propícies a la producció agrícola i que la taxa d'atur és molt elevada.*

*Conscient d'aquesta paradoxa, hem decidit contribuir a l'enfortiment del sector agroalimentari i a la creació de llocs de treball a través de la valoració dels productes agrícoles locals.*

*La transformació de fruites i verdures permet també assegurar ingressos als productors i aprofitar els excedents de producció. Les matèries primeres que utilitzem són naturals, sense colorants químics, espessidors ni conservants, i cultivades al Congo».*

Parfait Kissita creu en el mercat potencial de la seva empresa i té ambicions.

Per respondre a la seva necessitat de finançament, es dirigeix als Fons Africans.

Amb el seu soci JB Itou decideixen el 2007 formalitzar l'empresa i constituir-se en SL per obrir el seu capital a Garrigue fins al 20%, és a dir, una aportació de capital de 1.906€.

Cuba Libre es beneficiarà, a més, d'una aportació de 12.204€ al compte corrent associat, reemborsable en 36 mesos amb 9 mesos de gràcia. Aquest finançament solidari ha permès a l'empresa fer front a 4 reptes importants: la comercialització, la tecnologia, les compres i la higiene alimentària.

Pel que fa a l'aspecte comercial, abans de l'obtenció del crèdit, Cuba Libre tenia un problema greu de fons d'explotació que l'impedia funcionar normalment, la qual cosa generava sovint ruptures d'estoc i perjudicava la imatge de l'empresa. Des del punt de vista tecnològic, Cuba Libre va poder millorar la qualitat dels seus productes gràcies a l'adquisició d'un PH neutre i d'un motor tèrmic, acoblat al molí, per ser autònom en energia i no patir els talls de corrent.

Pel que fa a les compres, gràcies als consells del Fòrum de Joves Empreses del Congo, va posar en marxa una cooperativa de compres de productes agrícoles per garantir una producció contínua.

Finalment, pel que fa a la higiene alimentària, Cuba Libre va fer, gràcies al crèdit, un taller de producció modern, amb les normes d'higiene de la indústria alimentària, sanitaris, un magatzem i una oficina.

*De moment, l'empresa està funcionant molt bé i el seu èxit servirà d'exemple. Com diu Kissita, «les institucions de microfinances*

*del Congo no poden respondre a les necessitats d'una societat com la nostra... Al Congo, el pas d'artesà a societat limitada és molt difícil. Si gràcies als Fons Africans aquest somni*

*pogués ser realitat, estaríem encantats. Esperem que la nostra experiència pugui beneficiar altres empresaris».*

## Impactes

### Social

- ◆ La població accedeix a serveis financers abans inexistents
- ◆ Es fa un seguiment de l'impacte social respecte a cada empresa que hi intervé
- ◆ Es dóna suport a empreses d'utilitat social

### Econòmic

- ◆ 260.000 euros invertits en petites empreses de 4 països diferents
- ◆ Creació de llocs de treball basats en el processament de matèries primeres locals i en mecanismes locals de comercialització

### Personal

- ◆ Projectes personals i associatius aconsegueixen la seva concreció a través dels crèdits
- ◆ Persones estalviadores canalitzen els seus estalvis amb perspectiva ètica

### Mediambiental

- ◆ Les variables ambientals formen part de l'anàlisi creditícia
- ◆ Tev Dech acompanya especialment les iniciatives econòmiques en la millora dels impactes ambientals



[Àfrica]

# Gone Rural

## Ingressos estables per a dones artesanes de Swazilàndia



### Xifres clau

- ✓ **760** dones artesanes reben ingressos regularment
- ✓ **30%** dels beneficis es redistribueixen entre els socis i sòcies
- ✓ **30%** dels beneficis es canalitzen a ONGs per a programes educatius i de salut

Umbuso wakaNgwane o Swazilàndia d'acord amb l'ètnia swazi majoritària (83%) és un petit estat de 17.200 Km<sup>2</sup> i prop d'1 milió d'habitants. Tradicionalment exportador de minerals, també produeix aliments, malgrat els problemes d'erosió provocats per la sobrepastura i l'escassetat d'aigua potable. El PIB per càpita és de 4.500 \$, tot i que hi ha un alt índex de mortalitat infantil (101 per mil) i una esperança de vida en néixer de poc més de 38 anys, conseqüència entre altres motius de la pandèmia de la SIDA, la qual cosa el converteix en un dels països amb un índex més elevat de població portadora de VIH (18%).

#### Naixement de Gone Rural

En aquest context, el 1992 es crea Gone Rural, una empresa fundada amb l'objectiu d'assegurar ingressos estables a les dones de les comu-

nitats rurals del país. El que va començar com un petit projecte que implicava una trentena de dones, ha pres una envergadura internacional que ha donat feina a 760 dones i ha distribuït els seus productes a tot el món.

Gone Rural pertany a WFTO1 des de 2006, s'inscriu en una lògica de sostenibilitat i assegura una utilització responsable dels recursos naturals. Totes les matèries primeres utilitzades són naturals, reutilitzables o reciclables.

La *lutindzi* és una herba fibrosa que creix a les roques de les muntanyes. Amb un gust agre i una textura dura, l'herba no és atractiva per als ramats. Cultivada el gener, les arrels queden intactes i asseguren el creixement de l'any següent.

El *sisal* és una mala herba "invasora", recollida durant tot l'any i que es regenera ella mateixa quan el cicle de creixement és complet.

Les dones recullen aquestes herbes, les guarden a casa i les venen durant l'any a Gone Rural, on es tenyeixen i s'assequen. Gone Rural visita cada 3 setmanes aquests grups de dones treballadores per comprovar-ne la qualitat.

Es paga les dones pel treball fet, i elles mateixes defineixen el nombre de productes que es comprometen a fer fins a la visita següent. En funció de les comandes a què es comprometen, se'ls atribueix la quantitat de palla tenyida necessària per a la producció i el disseny dels productes. Aquest funcionament permet a les dones treballar a casa i mantenir la seva forma de vida tradicional, tot i tenir ingressos. Són lliures d'ocupar-se dels seus nens i nenes, i sovint fan una feina complementària amb l'agricultura de subsistència.

Els productes fabricats a partir de les palles tenyides són bàsicament cistells, objectes de decoració o conjunts de taula, tots ells de molt bona qualitat, amb gran sentit de l'estètica i seguint les tendències actuals, segons expressen els documents institucionals.

Per diversificar l'oferta, Gone Rural ha introduït altres matèries com l'argila, la ceràmica, el vidre reciclat i el metall, i ha creat portaespelmes, bols i altres artesanies. També s'ha desenvolupat una nova línia anomenada "Reciclatge", per fer servir deixalles com ampolles i bosses de plàstic utilitzades. Per a Gone Rural, la inno-

vació i el disseny són essencials per mantenir el dinamisme en la col·lecció de productes.

Així, quan es crea un nou producte, es forma un grup de dones que després seran les formadores per a totes les dones dels tallers.

#### Desenvolupament comunitari

El 2006 l'empresa crea una associació sense ànim de lucre, Gone Rural bo-Make, per donar suport a les dones i les seves

comunitats en el terreny de l'educació, de la salut i de les necessitats socials.

Mentre que Gone Rural genera ingressos per a les dones, l'associació completa aquest treball portant a terme programes de millora del benestar de les beneficiàries i del respecte als drets de les dones: sensibilització i cures





respecte de la SIDA, beques escolars, higiene i sanejament, empoderament de les dones i desenvolupament comunitari.

Gone Rural boMake participa també en la transformació de grups de productores en cooperatives que permetrà portar a terme activitats de microfinances oferint serveis d'estalvi i microcrèdits a les dones.

### El model de gestió empresarial

A més de l'esforç a contribuir al desenvolupament econòmic i social de les comunitats, el que fa de Gone Rural una empresa atípica és la participació de totes en l'èxit: una tercera part dels beneficis s'aporten a l'associació per a programes de salut i educació de les dones i les seves famílies.

Una altra tercera part es reparteix entre les treballadores per cobrir despeses de transport i oferir préstecs. L'altra tercera part s'utilitza per desenvolupar l'empresa.

Les dones estan representades a l'oficina de les artesanes on es decideixen les estratègies i les polítiques, la qual cosa assegura la seva participació activa en la presa de decisions, incloent-hi la construcció de preus. Els marges es fixen de manera participativa; per exemple, per a un cistell el marge serà del 51%, i el d'un conjunt de taula del 47%.

A més de produir ingressos estables per a les dones, les evolucions de les poblacions on treballa Gone Rural són notables: escoles, botigues, clíniques i microempreses com venda de roba de segona mà o de productes cuinats han sorgit al voltant dels grups d'artesanes.

L'empoderament de les dones és, sens dubte, un factor de desenvolupament. Per animar les dones a decidir el seu futur, Gone Rural ha organitzat els últims anys instàncies de formació en aquestes matèries.



### Testimoni de Mónica

**Mónica Shongwe, treballadora des de 1999**

La Mónica va néixer a Sud-àfrica i el seu marit la va portar a Swazi-àndia. Ella i les altres dues dones del seu marit, aturat, mantenen els seus 25 nens i nenes per compte propi.

A més de treballar en la confecció d'artesanes, Mónica atén la botiga de GoneRural els caps de setmana.

La feina a Gone Rural li va permetre conèixer altres dones amb qui estalvia conjuntament per comprar a l'engròs arròs i oli. A més, treballa en un petit hort on cultiva verdures.

Gone Rural és l'únic ingrés de la Mónica. "Estic molt feliç amb la meua feina, ja que em dóna llibertat i protecció, coses que no tenia quan treballava de serventa o al mercat venent verdura." ●

## Impactes

### Social

- ◆ La comunitat ha vist sorgir noves iniciatives econòmiques i serveis socials
- ◆ Generació de consciència de treball grupal
- ◆ Es conserven i milloren els sabers artesanals
- ◆ Fort caràcter participatiu en la proposta de gestió empresarial

### Econòmic

- ◆ Comercialització a l'exterior dels productes artesanals
- ◆ Estalvis pel sistema de compra en conjunt
- ◆ Accés a microcrèdit

### Personal

- ◆ Productores i operàries aconsegueixen continuïtat en les seves feines
- ◆ Millora en la qualitat de vida de les dones

### Mediambiental

- ◆ Els productes manufacturats responen a estàndards de sostenibilitat
- ◆ Aprofitament de plantes no alimentàries, sense que afecti la seguretat alimentària dels animals

### Gènere

- ◆ Reconeixement i empoderament de les dones
- ◆ 760 dones reben ingressos regulars per les seves tasques



[Àfrica]

# RESOPP

## Unió Cooperativa de la Xarxa d'Organitzacions Ramaderes i Camperoles de Senegal

### Xifres clau

- ✓ **28** cooperatives sòcies
- ✓ **35.000** socis i sòcies vivint del treball rural i articulats de forma cooperativa
- ✓ **48%** són dones



La República del Senegal compta amb una població d'una mica més de 13 milions de persones en una superfície de 196.720 Km<sup>2</sup>. Només el 12% de les terres són llaurables i, a més, el Senegal pateix els fenòmens de sequera i desertificació; per això, el país ha d'importar cereals per alimentar la seva població. L'esperança de vida en néixer és de 57 anys, i la mortalitat infantil és del 137 per mil. L'analfabetisme arriba al 61% de la població i puja fins al 71% entre les dones.

Al Senegal, les cooperatives s'han desenvolupat en el sector agrari amb una forta tutela de l'Estat durant el període 1960-1980, en el context d'un model col·lectivista. Conseqüentment, les poblacions perceben les cooperatives com a instruments de l'Estat planificador més que com una eina de desenvolupament al seu servei.

Les dificultats econòmiques, tanmateix, porten a un canvi de rumb i a una retirada de l'Estat

respecte al seu rol en l'economia. Aquests fets afecten la supervivència de moltes cooperatives, encara que algunes aconsegueixen continuïtat ara amb més autonomia respecte a l'Estat. Actualment, el Senegal compta amb unes 4.000 cooperatives i un total de 2 milions de persones membres. En un document recent de Política Nacional de Desenvolupament Cooperatiu del Senegal, el govern afirma la seva voluntat de promoure l'emergència d'empreses cooperatives, convençut que aquestes expressions de l'Economia Social i Solidària i d'altres són les eines privilegiades per a la creació de riquesa, lluita contra la pobresa i exclusió social.

### Les característiques de RESOPP

La unió de les cooperatives de la RESOPP demostra com l'eina cooperativista pot sostenir el desenvolupament econòmic del món rural. Creades el 2002 i establertes legalment a partir de

2008, persegueixen l'objectiu de millorar la qualitat de vida de la pagesia i les persones encarregades de la pastura, organitzades cooperativament.

La RESOPP està formada per 28 cooperatives, de les quals 6 polaritzen les organitzacions de base en l'àmbit de les comunitats rurals. El nombre d'associats i associades és variable d'una cooperativa a una altra, i va de 2.500 a 8.000 persones.

L'1 gener de 2011, la RESOPP comptava amb 35.000 persones associades.

Les cooperatives rurals de la RESOPP tenen com a objectiu facilitar als seus integrants l'accés a les matèries primeres, a l'equipament, a les infraestructures d'emmagatzematge i de transformació, als serveis de comercialització i al suport tècnic en tots els àmbits. Disposen d'uns fons de funcionament per a la producció i la comercialització, que els permet oferir productes a crèdit a la base social i comercialitzar els seus excedents de producció en el moment oportú.

Es tracta, doncs, de donar suport de manera integrada a les filials de cereals, agrícoles i de producció animal.

### RESOPP i el desenvolupament local

A cada població que pertany al sistema RESOPP, la cooperativa disposa d'una secció rural amb l'objectiu d'assegurar serveis de proximitat a la seva base social i de facilitar la seva participació en la gestió. La secció rural és la cèl·lula base d'una cooperativa. Té una estructura democràtica de participació comunitària que agrupa el conjunt d'associats i associades residents en l'àmbit del poble o d'un grup de pobles.

Les seccions també són la base de les activitats d'educació i de promoció de la cooperativa. Són les encarregades de les activitats específiques en certs sectors, com són l'atorgament de crèdits, l'estalvi, la gestió de les llavors, la



producció i la comercialització de nous productes, la gestió de programes d'equipaments col·lectius i de l'organització femenina del poble.

### RESOPP i el desenvolupament amb equitat

La Dynamique Féminine és el lloc d'expressió de les dones de la RESOPP. Comptava fins al 2010 amb 17.000 sòcies, que constituïen el 48% del total de la base social. Estan, a més, equitativament representades en totes les instàncies del sistema.

La RESOPP permet a les dones gestionar activitats generadores d'ingressos individuals dins de l'economia familiar (petita ramaderia, avicultura, petit comerç...) o activitats col·lectives (gestió de batedores, molins, i unitats de transformació). El suport a les cooperatives a través del finançament de l'activitat econòmica i el reforç de les capacitats tenen el seu eix en el desenvolupament d'un empresariat femení significatiu en zones rurals, seguint la lògica de l'autoempoderament.

La "dinàmica femenina" assegura la cohesió i la solidaritat de les dones membres de la RESOPP, afavoreix l'apropiació de la institució per elles i la seva implicació en els òrgans de direcció (assemblees generals i consells d'administració).

### Finances solidàries

Davant la necessitat de respondre a la problemàtica d'accés al finançament, la RESOPP ha creat una cooperativa d'estalvi i de crèdit (COOPEC-RESOPP) el 2007, que assegura tots els serveis de microfinances als socis i sòcies de les seves cooperatives membre. D'aquesta manera, COOPEC-RESOPP té una sucursal a cada cooperativa.

La COOPEC assegura el finançament de campanyes agrícoles de petits productors i

productores, de les activitats generadores d'ingressos de les dones de la Dynamique Féminine, de la realització d'inversions per part d'individus o col·lectius en la ramaderia, la transformació i la comercialització de productes diversos. Finalment, dóna suport al finançament d'operacions d'aprovisionament i de comercialització de les mateixes cooperatives.

### Testimoni de Fatim

**Fatim Diopp, 65 anys. Membre de la Cooperativa Rural de Pambal**

Vídua i responsable de 15 persones a casa, la Fatim ha de dur a terme diverses activitats per cobrir les necessitats de la seva família.

«Faig "embouche" (engreix de bestiar) i petit comerç. Quan és l'època, venc mangos i transformo cacauets en oli. Amb el grup de dones del meu poblat, gestionem un molí per fer farina de cacauet, de mill o de blat de moro. La gestió la porta concretament un comitè i un moliner.

Cada dia, una dona diferent acompanya el moliner per mesurar les quantitats a moldre i rebre el pagament de les persones que vénen a moldre els seus cereals.

RESOPP és qui ha posat el molí en marxa per a nosaltres. Al principi, es tractava d'un crèdit, però totes les dones del poble van pagar perquè el molí fos nostre; ara ja ho és.

Molta gent d'altres pobles llunyans ve per moldre els seus cereals al nostre molí.

Des que pertanyo a la cooperativa, he millorat les meves activitats, perquè he pogut demanar un crèdit a COOPEC. Vaig poder comprar al principi unes ovelles i mangos, i no m'ha anat malament.

De fet, només una vegada he tingut problemes per tornar el préstec: quan va morir el meu marit.

De tota manera, penso que els límits del crèdit que ens donen no són suficients per dur a terme grans activitats.

La cooperativa és un bon sistema, però l'atorgament de crèdits és lent. Crec que si has anat pagant bé hauries de poder obtenir un altre crèdit ràpidament, cosa que no és així en l'actualitat, perquè has d'esperar que el teu dossier sigui acceptat. Però és un bon sistema, ja que permet als pobres que no tenen res tenir alguna cosa».

## Impactes

### Social

- ◆ Generació de llaços de solidaritat entre petits productors i productores
- ◆ Rescat de cooperatives autònomes i contribució a l'enfortiment del moviment cooperatiu
- ◆ Creació d'un centre de formació cooperativa
- ◆ Caràcter molt participatiu de l'organització cooperativa

### Econòmic

- ◆ Millora dels ingressos dels productors i productores
- ◆ Creació d'infraestructura productiva
- ◆ Accés al crèdit mitjançant la cooperativa
- ◆ Millora de les capacitats de producció i comercialització

### Personal

- ◆ Millora dels ingressos
- ◆ Ampliació de les relacions
- ◆ Millora de l'autoestima

### Gènere

- ◆ L'experiència compta amb un espai específic per al desenvolupament des d'una perspectiva de gènere (Dynamique Féminine)
- ◆ Les sòcies representen gairebé la meitat de la massa social

### Mediambiental

- ◆ Contribució a la millora de les infraestructures hidràuliques
- ◆ Distribució geogràfica que assegura diversitat productiva



[Amèrica Llatina]

# ASARBOLSEM

## Associació Artesanal Boliviana Señor de Mayo



### Xifres clau

- ✓ **315** persones treballadores associades a Asarbolssem
- ✓ **80%** són dones
- ✓ **300** dòlars va ser la seva primera venda a l'estranger
- ✓ **2 milions** de dòlars és el total de la facturació anual

La República de Bolívia és un país amb uns 10 milions d'habitants distribuïts en una superfície de 1.098.580 Km<sup>2</sup>. És l'únic país del continent llatinoamericà sense costa; el seu territori comprèn tres zones ben marcades: l'altiplà, de gran riquesa mineral i on es concentra la majoria de la població; les valls, amb clima subtropical on es produeix cafè, cacau, coca, plàtans i canya de sucre entre altres productes del tròpic, i les planes on es practica la ramaderia i l'agricultura, a més de l'explotació d'hidrocarburs.

Més enllà de la riquesa del seu territori, Bolívia és un dels països més pobres del continent. El 23% de la població viu amb menys d'1 \$ al dia (2002), mentre la mortalitat infantil és de 64 per mil.

A aquest quadre social se li suma una història plena d'explotació i revoltes que han desgastat el seu afeblit sistema polític. Després de diversos governs amb diferents orientacions i

règims militars, la dècada dels noranta es caracteritza per l'aplicació de polítiques neoliberals, fortament resistides per les organitzacions socials i indígenes. Fruit d'aquestes resistències, el 2005 guanya les eleccions presidencials un dirigent cocaler, Evo Morales, primer mandatari d'origen indígena en un país on la majoria (57%) són quítxues i aimares.

### Els seus orígens i la seva evolució

En aquest context es crea el 1989 una organització d'artesans i artesanes que, sota el lideratge d'Antonia Rodríguez, aconsegueix reunir productors i productores de la ciutat del Alto (La Paz), així com d'altres comunitats rurals de la zona andina. Al principi eren 62 dones de 6 petits grups del Alto. Si bé un dels objectius era sortir de la pobresa mitjançant un treball digne, el projecte inicial preveia fer-ho aplicant estratègies comunitàries i participatives. D'aquesta

manera Asarbolssem persegueix des dels seus inicis "arribar a consolidar una empresa social d'estructura administrativa autogestionària que aconsegueixi ser econòmicament viable, socialment acceptada i ecològicament sostenible. A partir d'inversions individuals, grupals i comunals, unim els nostres esforços en favor

de l'anivellament i perfeccionament de qualitat i capacitat productiva destinada a satisfer la demanda dels nostres productes complint les exigències del mercat local i internacional".

Abans de la seva fundació, Antonia Rodríguez havia estat contractada per diverses ONG perquè capacités grups productius. No obstant això, després no tenien estratègies de comercialització i queien en les trampes de la pobresa generades pels grups d'interès empresarial, fins i tot de contrabandistes, que pagaven una misèria els productors i productores. Aleshores, l'Antonia, que llavors no sabia llegir ni escriure, se sent cridada a col·laborar amb les seves companyes i els proposa organitzar-se i comercialitzar conjuntament. Per això va haver de trencar amb diversos prejudicis, com el fet que una dona indígena pogués organitzar una empresa d'èxit. La seva primera venda internacional, bàsicament de teixits, va ser de 300 dòlars i la va fer a un suís que casualment passava per una plaça i havia fet fotos dels seus productes. Anys més tard, gràcies al desenvolupament de la iniciativa, han aconseguit concretar vendes per valor de 60.000 dòlars. El 1998 l'Associació ingressa a la IFAT, la plataforma mundial de Comerç Just (avui WFTO), la qual cosa li permet introduir-se en el circuit comercial del Comerç



Just en diversos països d'Europa, Japó i Amèrica del Nord dels productes següents:

- Artesania tèxtil
  - Teixits manuals amb boixets
  - Teixits en telers andins tradicionals
  - Tèxtils en costura i brodat
- Instruments musicals (aeròfons andins en bambú, canya buida i fusta)
- Ceràmica decorativa i utilitària

Així mateix, les tècniques de producció tèxtil inclouen el teixit amb boixets, en teler, així com costura i brodat, la qual cosa assegura la transmissió de tècniques de llarga tradició.

ASARBOLSEM s'encarrega de promocionar i rebre les comandes, organitzar la producció i responsabilitzar-se de l'exportació. Per aconseguir-ho va haver d'aprendre molt, ja que va començar venent a la plaça pública. Internament, a més, treballen en projectes de prevenció de la violència intrafamiliar, així com en igualtat de gènere.

Actualment, l'Associació agrupa 19 organitzacions, amb 315 membres ocupats en les diferents activitats productives. Amb el pas del temps, Asarbolssem ha aconseguit consolidar la seva massa social inicial, així com obrir possibilitats a altres productors i productores. L'èxit

de l'emprenedoria els ha permès obtenir importants premis dins i fora del país.

L'Associació busca maximitzar l'ingrés dels seus integrants a partir del desenvolupament i la producció d'articles artesanals, amb la millor qualitat possible. D'aquesta manera ha pogut accedir amb productes diferenciats als mercats internacionals (80%) i nacionals d'alt poder adquisitiu (20 %).

### Model de gestió

El seu model de gestió es basa en una Assemblea d'associats, que en la pràctica la formen els representants dels 19 grups productius, els quals en conjunt representen 315 persones de la Paz, Potosí i Oruro. D'aquests

19 grups, un parell estan integrats per persones amb discapacitats motrius, amb un total de 36 treballadors i treballadores, i un tercer està format per 28 joves del carrer. A més, mitjançant un conveni especial, es van sumar a la feina a l'empresa els reclusos de la presó masculina de Chancho Loro (El Alto) i les recluses de la presó femenina Obrajés (La Paz).

L'Assemblea (integrada per 4 membres per cada grup) tria una comissió directiva de cinc persones a càrrec de la gerència col·lectiva. A més, hi ha un Directori Executiu, una Direcció Executiva (unipersonal), una Direcció Operativa (unipersonal), un Equip de Producció i un Equip de Comercialització.



### Testimoni de Antonia Rodríguez

Fundadora d'Asarbolssem<sup>28</sup>

“Quan em vaig trobar amb ells (els grups d'artesans), em van dir que els havien capacitat, però seguien explotats pels intermediaris i contrabandistes. És la veritat. No hi podia fer res, perquè no sabia com llegir o escriure ni tenia diners. Sí que podíem unir els esforços. Entre aquests grups vam prendre la decisió de fundar l'Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo el 1989. Moltes apostem per lluitar contra la pobresa i alimentar els nos-

tres fills. Al meu país, vam ser explotades i humiliades pel masclisme, així que vam dir que no només anàvem a generar ingressos econòmics per pal·liar la fam, sinó que també perseguiríem la igualtat de drets de la dona. Què podíem fer contra tant masclisme al meu país? Ens deien que parlàvem contra els homes i contra altres dones. Deien que érem dones xafarderes. Per a què ens reuníem? Ningú no ens donava importància / ... / Ara hem pogut conquerir el mercat, enfortir les dones i ser part de l'administració del Govern. Diria que és per les ganes, quan un vol fer alguna cosa, la fa...”<sup>29</sup>

## Impactes

### Social

- ◆ Productors i productores en situació de pobresa aconsegueixen generar una entitat productiva col·lectiva
- ◆ Dones i productors i productores minusvàlids aconsegueixen la inclusió social mitjançant el treball
- ◆ Sectors d'alta vulnerabilitat aconsegueixen accedir a serveis bàsics com són la salut i l'educació
- ◆ Participació activa en l'escenari polític i social de Bolívia

### Econòmic

- ◆ Creació autogestionada de més de 300 llocs de treball
- ◆ Exporten el 80% de la seva producció i amb això generen divises per valor de 2 milions de dòlars a l'any
- ◆ Voluntat manifesta de millorar els ingressos de les treballadores i els treballadors

### Personal

- ◆ Augment de l'autoestima
- ◆ Sòcies i socis aconsegueixen millorar les seves capacitats tècniques mitjançant programes de capacitat



### Mediambiental

- ◆ Des de 2010 es treballa en el sistema de gestió sostenible per al Comerç Just SFTMS (Standard Fair Trade Monitoring System)

### Gènere

- ◆ La majoria de les persones que integren el projecte són dones
- ◆ L'experiència ha promogut dones líders en l'escenari polític
- ◆ Les dones aconsegueixen trencar el cercle de masclisme i la violència familiar a les seves llars

<sup>28</sup> <http://es.scribd.com/doc/14979308/RSE-5-Panel-2-Combate-a-la-Pobreza>

<sup>29</sup> Antonia Rodríguez es refereix a la seva designació com a ministra de Desenvolupament Productiu i Economia Plural a l'any 2010. Es va mantenir en el càrrec fins al 2011.

[Amèrica Llatina]

# El Salinerito

Una experiència cooperativista i solidària a Salinas de Bolívar, Equador



## Xifres clau

- ✓ **3.500** socis i sòcies integren la cooperativa d'estalvi i crèdit
- ✓ **220** socis i sòcies integren la cooperativa de productes lactis que ha fet famosa la marca "Salinerito"
- ✓ **6.072.000 \$** va ser la facturació obtinguda el 2011

La República de l'Equador és un país amb 14 milions d'habitants, aproximadament, distribuïts en una superfície de 283.560 Km<sup>2</sup>. Presenta tres principals regions naturals: la costa, on viu la majoria de la població i es produeixen els cultius d'exportació (cafè, cacau, bananes, etc.); la zona de la serralada dels Andes, amb població majoritàriament nativa on predominen els cultius de subsistència, i la regió amazònica on les multinacionals concentren l'explotació del petroli, activitat que ha generat en els últims anys intensos debats sobre els límits al model econòmic centrat en el creixement a costa dels drets ambientals.

Aproximadament el 38% de la població viu en situació de pobresa, percentatge que augmenta substancialment en les àrees rurals (61%). La mortalitat infantil és de 26 per mil

i el PBI per càpita se situa en 3.900 \$ (dades de 2004).

Els anys noranta van ser l'escenari d'importants transformacions a l'Equador. L'aguda crisi econòmica va portar a la dolarització de l'economia, la qual cosa mobilitza importants sectors socials entre els quals hi ha el moviment indígena reunit a la CONAIE. Els canvis polítics es van succeir juntament amb la mobilització social. En aquest marc s'inscriu el triomf el 2006 de l'actual president, Ec. Rafael Correa, el qual assumeix l'impuls d'un model econòmic "social i solidari" que després serà confirmat a l'Assemblea Constituent de 2007. D'aquesta manera, l'actual Constitució de l'Equador inclou conceptes com el Sumak Kawsay ("bon viure"), l'economia popular i solidària, el Comerç Just, les finances solidàries i la sobirania alimentària, entre d'altres.



## Salinas de Bolívar

Salinas de Bolívar és una petita localitat dels Andes equatorians, que compta aproximadament amb uns 10.000 habitants. Deu el nom a la producció de sal mineral iodada que va caracteritzar el poble, fins i tot des de l'època dels inques, quan els Tomabelas nadius de la zona organitzaven la seva economia al voltant del bescanvi de la sal. Aquesta pràctica, però, es comença a esfondrar als anys seixanta quan irromp en el mercat la sal marina, submergint l'economia local.

## L'origen i el desenvolupament de l'experiència

El 1970, el bisbe de la Diòcesi convoca un grup de voluntaris italians i sacerdots salesians perquè promoguin solucions comunitàries a fi de fer front als problemes socials i de pobresa de la zona (un poble sense infraestructura, amb altíssims índexs d'analfabetisme i mortalitat infantil, etc.). És així que el 1972 es funda la primera cooperativa; només té 15 persones associades.

## Missió i valors de l'experiència

La missió diu el següent: "Som una corporació de tercer nivell que integra sis organitzacions locals de servei social i comunitari. La nostra en-

titat representa i coordina el procés d'Economia Solidària per al bon viure de les persones.

Fem servir la marca corporativa 'Salinerito' per produir i comercialitzar béns i serveis de qualitat a escala nacional i internacional".

Pel que fa a la visió, aquesta diu: "Ser un govern corporatiu consolidat que lidera el procés de desenvolupament comunitari i comercial, que promou les capacitats locals i el traspàs generacional per situar-nos com a referent d'economia solidària a escala nacional i internacional".

Els seus principis i valors són els següents:

- Preocupació i ACCIÓ SOLIDÀRIA en favor del benestar dels altres.
- La COMUNICACIÓ com a pràctica diària que permet acords, la socialització i la transmissió de coneixements.
- Rendició de comptes i indicadors amb TRANSPARÈNCIA a tots nivells.
- REINVERSIÓ D'EXCEDENTS per al desenvolupament social.
- TREBALL COMUNITARI i esperit VOLUNTARI.
- Treball en XARXA en tots els àmbits per al bé comú.
- Respecte i valoració de la NATURA.

Tots aquests valors, s'assenyala als seus documents, prenen la seva força i inspiració en la proposta de l'Evangelí.



### Composició

Avui la Corporació GRUPPO SALINAS (jurídicament aprovada el 26 de novembre del 2006) constitueix una instància que representa els interessos comuns i específics d'un poble disposat a transitar un camí de desenvolupament local comunitari i participatiu.

El Gruppo Salinas, com a ens corporatiu, està integrat per sis membres que al seu torn són organitzacions salineres dedicades a activitats socials i productives:

**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SALINAS LTDA (COACSAL).** Dedicada a les microfinances parroquials, és la més antiga de les organitzacions i punt de partida per a l'activitat productiva de transformació de lactis. La COACSAL té més de 3.500 socis i sòcies i ha estès el seu servei amb una finestreta a la parròquia San Luis de Pambil i a la comunitat de Chazojuan.

**ASOCIACIÓN "DESARROLLO SOCIAL DE ARTESANOS TEXAL SALINAS" (TEXAL),** organització que agrupa dones artesanes que treballen peces de fil utilitzant llanes naturals (ovella, alpaca, cotó) que són produïts per la filatura

Salinas. Les seves sòcies reben serveis com ara capacitació administrativa i artesanal, microfinançament i espais de trobada i reflexió.

**FUNDACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE SALINAS (FUNORSAL)** és una organització de segon grau que s'encarrega de l'organització, l'assistència tècnica i l'acompanyament de les comunitats de base de la parròquia. Compta amb empreses productives que ajuden a finançar les seves activitats organitzatives i socials.

**FUNDACIÓN GRUPO JUVENIL SALINAS,** entitat creada amb la finalitat d'assessorar i fomentar la creació de grups i activitats juvenils a la parròquia. És l'organisme que gestiona les activitats a Salinas (sota els principis d'un "turisme responsable"; per això manté un hotel, una oficina de turisme i una operadora. També dirigeix la fàbrica assecadora de fongs i una hisenda forestal.

**FUNDACIÓN FAMILIA SALESIANA SALINAS (FFSS).** Les seves principals accions se centren en la pastoral i en l'atenció a l'educació i salut dels nens i joves de la parròquia. Administra i manté les llars juvenils masculina i femenina

amb el suport d'empreses productives com la fàbrica de xocolates, de torrons i la fàbrica d'olis essencials, entre altres, que es troben en fase experimental.

**COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA "SALINERITO".** És l'organització cooperativa que administra la fàbrica de lactis 'Salinerito' i diverses finques de producció de llet i forestals. Al voltant de 220 famílies són sòcies de PRODUCCOOP, la primera i més reeixida empresa agroindustrial rural.

**INDICADORS SIGNIFICATIUS DE MILLORA DE QUALITAT DE VIDA** d'acord amb la valoració dels seus impulsors:

- **SALUT:** a la Salinas dels anys 1970, la mortalitat infantil s'acostava al 50 %. La desnutrició rebaixava les defenses davant de les malalties i l'únic remei possible era... la resignació.
- **HABITATGE:** un grapat de barraques s'ha transformat en un bonic complex d'habitatges.

- **EDUCACIÓ:** les noves generacions es preparen en l'educació secundària i superior en diferents universitats. Està pendent d'aprovar l'extensió universitària d'ECONOMIA SOLLIDÀRIA a Salinas i la creació de la UNITAT EDUCATIVA del MIL·LENNI.

- **COMUNICACIÓ:** 180 km de carreteres internes uneixen ara les 33 comunitats des de l'erm fins al subtropical; la telefonia fixa i mòbil arriba pràcticament a tot el territori, la RÀDIO EL SALINERITO 89.9 és la primera emissora comunitària reconeguda oficialment.

- **TURISME:** un poble abandonat i desconegut s'ha convertit en meta desitjada per a estudiants, científics, organitzacions camperoles i turistes en general arran de les seves impactants indústries comunitàries i la qualitat dels productes oferts. Un paisatge espectacular corona les aspiracions dels visitants del país i del món".

### Testimoni P. Juan Bottasso



*"L'increïble de Salinas és que hagi seguit incansable el seu camí, fent possible el despertar d'una comunitat aixafada per segles d'aïllament i explotació, en contactar gent arribada dels quatre racons del món, amb recorreguts, credos religiosos i idees polítiques absolutament diferents.*

*Molta gent a Salinas, o treballant per Salinas, ha reorientat la seva vida, ha estretit llaços d'amistat i fins i tot de parentiu, ha tret inspiració per donar als seus fills una visió diferent de l'existència.*

*Em sembla que aquest microcosmos, enclaustrat en un remot racó dels Andes, podria prefigurar el món que tots somiem: solidari, tolerant, optimista, capaç d'una autocrítica permanent, partint des dels últims". ●*

## Impactes

### Social

- ◆ Alliberament de la humiliant servitud del predi
- ◆ Un poble de 10.000 habitants aconsegueix un procés de desenvolupament local sobre la base de relacions cooperativistes i comunitàries

### Econòmic

- ◆ Creació de 197 llocs de treball comunitari que involucren, entre dirigents, personal de planta i productors i productores de matèries primeres, unes 1.500 persones
- ◆ Generació d'una facturació anual superior als 6 milions \$ amb una generació de divises pròximes a 1 milió \$ (total d'exportacions)
- ◆ Proposta de diversificació productiva incloent-hi una perspectiva de turisme responsable
- ◆ Circuits econòmics que inclouen el seu propi sistema de finançament per mitjà d'una cooperativa d'estalvi i crèdit

### Personal

- ◆ L'ancestral sentit d'inferioritat s'ha tornat "sa orgull" i forta autoestima

### Gènere

- ◆ El Gruppo assumeix el valor de l'equitat de gènere

### Mediambiental

- ◆ La naturalesa ha estat ancestralment un obstacle per vèncer; ara és un tresor preuat per mantenir i valorar: repoblament, cura de conques hidrogràfiques, boscos protectors, hivernacles, hipogeus, orquidaris, vivers de plantes natives i exòtiques...



[Amèrica Llatina]

## Cadena Textil Justa y Solidaria

Del cotó agroecològic fins la fàbrica recuperada a l'Argentina



### Xifres clau

- ✓ **66%** es la millora d'ingressos econòmics dels productors del cotó respecte al comerç convencional
- ✓ **1200 Kg** és el rendiment del cotó ecològic per hectàrea
- ✓ **1000** famílies involucrades en la producció del cotó

La República d'Argentina és un país de gairebé 40 milions d'habitants amb una superfície de 2.736.690 Km<sup>2</sup>. Ubicada al con sud del continent americà, presenta condicions ambientals estupendes per a l'explotació agrícola i ramadera, la qual cosa la converteix a principis del segle XX en una de les principals potències mundials en la producció d'aliments. A això se suma cap a mitjan segle un procés d'industrialització que comença a fer aigües amb els governs de la dictadura militar (1976-1983) i els posteriors governs d'orientació neoliberal. El moment més dramàtic passa durant la severa crisi econòmica i política de desembre de 2001, que provoca una multiplicació de la pobresa i la desocupació. Successives reaccions populars (assemblees, marxes, ocupacions) generen canvis d'orientació en els governs, la qual cosa al seu torn comporta una millora gradual en els indicadors econòmics i socials.

### Encadenament solidari

En aquest context, l'organització Otro Mercado al Sur decideix el 2003 muntar un projecte que permeti un encadenament solidari<sup>30</sup> centrat en la producció de cotó ecològic: la Cadena Textil Solidaria (CTS).

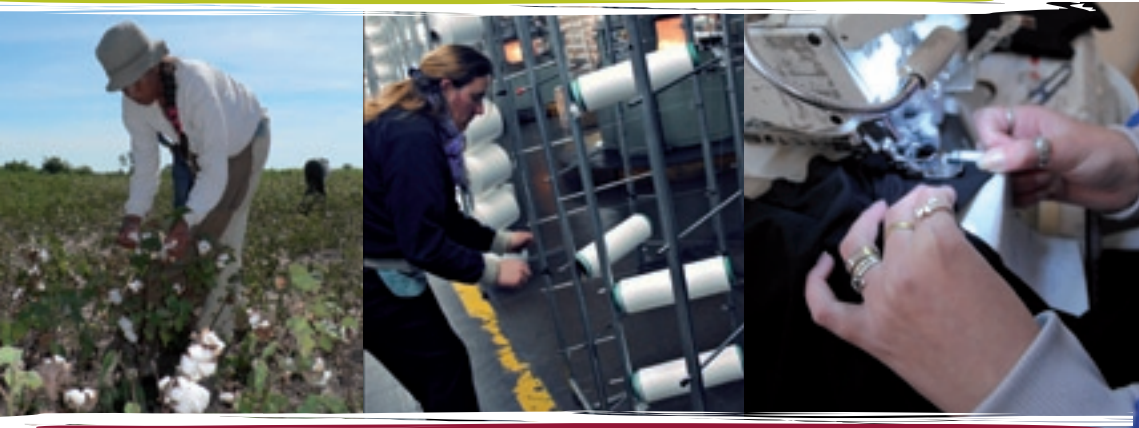
Tal com indiquen els seus fundadors<sup>31</sup>, la CTS és una marca col·lectiva de teixits agroecològics de Comerç Just, utilitzada per un consorci d'empreses de l'economia solidària format per l'Asociación Civil Otro Mercado al Sur, la Cooperativa de Trabajo Textiles Pigüé i la Cooperativa Agroecològica del Litoral. Altromercato Argentina SA (empresa instal·lada a l'Argentina amb fons d'Altromercato d'Itàlia i amb participació dels actors anteriors) és l'encarregada de comercialitzar els productes de la cadena. La cadena es basa en tres pilars:

- Producció agroecològica
- Comerç Just i economia solidària
- Consum responsable.

<sup>30</sup> És a dir, coordinar totes les baules de producció a l'entorn del cotó amb organitzacions de l'economia solidària.

<sup>31</sup> Harold Picchi, 2011.





Aquests pilars conformen camins alternatius per a la producció, transformació i consum, en aquest cas, del cotó produït per famílies camperoles de Chaco i Corrientes i transformat en samarretes per obrers d'una empresa tèxtil recuperada. I també és un camí alternatiu per a la comercialització del cotó, encara que la idea de comercialització, dins de la CTS, s'allunya, cada vegada més, del concepte habitual de comprar i vendre.

A la pràctica, la CTS és un encadenament productiu que s'inicia amb l'obtenció de cotó agroecològic i culmina amb la venda al circuit de Comerç Just internacional de samarretes i calçats. Al mig, hi ha una àmplia i cada vegada més consolidada xarxa d'actors de l'Economia Social i Solidària.

### El funcionament de la cadena

Des del 2005, en què es va conformar la CTS, fins a l'actual campanya de producció de cotó, els actors han anat canviant: l'articulació és dinàmica, el procés és complex, variable i ple d'incerteses, cosa que obliga a una quota extra de compromís.

Les baules de la cadena són les següents:

#### Cultiu del cotó:

■ Els productors i productores conreen el camp i s'ocupen de la recol·lecció del cotó, seguint les indicacions de l'equip tècnic de la Cooperativa Agroecològica del Litoral. A l'inici de la campanya productiva s'acorden les condi-

cions de producció i comercialització, així com el preu mínim que rebran per la producció.

■ La Cooperativa Agroecològica del Litoral, juntament amb Otro Mercado al Sur, coordina les activitats següents:

- Assistència tècnica al camp durant la fase de sembra, controls i collita
- Formació a productors i productores
- Control de qualitat de la fibra
- Recepció dels diners al comptat d'Altromercato, SA i pagament de la fibra al comptat a cada productor particular pertanyent als grups vinculats a la CTS

■ Altromercato S.A.:

- Compra el cotó dels petits productors i productores.

#### Desmotatge:

■ El cotó és desmotat per la Cooperativa "El triunfo" de Margarita Belén, Chaco

■ La Cooperativa Agroecològica del Litoral transporta el cotó i fa el control de desmotatge i el seguiment del procés de traçabilitat

■ Altromercato, SA paga el servei de desmotatge i els nòlits

#### Filatura:

■ La fibra desmotada s'envia a la planta de Tucumán de l'empresa TnPlatex. TnPlatex no és un actor de l'economia solidària, sinó una de les més grans empreses de filatura de l'Argentina. Altromercato, SA contracta i paga el servei de filatura. TnPlatex va assegurar la traçabilitat de la fibra a partir de la collita

de 2009. D'ençà de 2011 s'ha incorporat la Cooperativa Hilandería Villa Ángela (Chaco).

#### Producció i tall del teixit:

■ La filatura produïda s'envia des de l'establiment de TNPlatex a la Cooperativa Textil Pigüé (empresa recuperada pels seus treballadors l'any 2005<sup>32</sup>). La cooperativa s'ocupa del teixit, de la tintura i de la terminació de la tela. A més, fa el tall a partir dels motlles presentats pels clients.

#### Confecció:

■ Part de la confecció de les samarretes és feta per cooperatives ubicades al Gran Buenos Aires, Cooperativa Mirando el Futuro, de La Matanza (10 dones), Cooperativa Alameda de Buenos Aires (12 integrants), Taller de la Casa del Niño Arco Iris, d'illa Elisa, La Plata (4 dones). Otro Mercado s'ocupa de la formació, del control de qualitat i del transport.

■ La major part de la confecció és feta directament al taller de confecció de la Cooperativa Textil Pigüé.

#### Elaboració d'accessoris i control de qualitat:

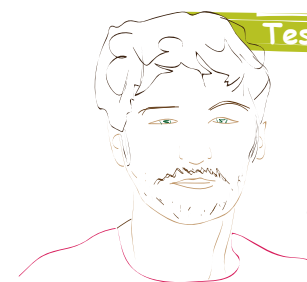
■ Altromercato Argentina s'ocupa de contractar els proveïdors de serveis complementaris (estampa, etiquetes, packaging, transport al port) i de fer el control de qualitat abans de la tramesa de la producció.

#### Logística de la producció:

■ La tramesa es fa en vaixell mitjançant Altromercato Argentina i és importada directament per CTM Altromercato per a Europa.

■ Per a Amèrica les exportacions són directes d'Altromercato Argentina.

■ Per al mercat local la comercialització majorista la coordina Altromercato Argentina.



### Testimoni de Fernando

#### Responsable de Producte de la Cadena

*"Vaig començar a treballar en el projecte al juliol de 2006 i he pogut contemplar el seu creixement des de gairebé els seus inicis en*

*termes operatius.*

*Laboralment parlant, he tingut la satisfacció de veure concretada la realització del que a primera vista va poder semblar una utopia, però que es va aconseguir amb molt d'esforç, sacrifici, inversió de temps i de recursos perquè CTS arribés a funcionar.*

*Avui es pot veure com a resultat principal, al marge de les qüestions netament financeres*

*o de rendibilitat en què entren en joc infinitat de factors propis del mercat, una estructura de treball dinàmica amb sustentació pròpia i considerable projecció de creixement. Formar part d'això, genera molt de plaer, sobretot perquè he pogut desenvolupar-me des de la vessant tècnica i créixer en capacitat per acompanyar els desafiaments que anaven sorgint.*

*Molt vinculat a això, hi ha el significat que ha tingut CTS per a mi en la vessant personal. No són molts els àmbits laborals on un té l'oportunitat de capacitar-se i CTS ens ha brindat a tots els que la formem aquesta possibilitat, fonamentalment a partir de la valoració de l'individu..."* ●

<sup>32</sup> Les empreses recuperades són empreses que, una vegada en fallida sota gestió capitalista, passen a ser controlades i autogestionades pels seus treballadors, la major part de les vegades sota fórmules cooperatives.

## Impactes

### Personal

- ◆ Ampliació de les relacions
- ◆ Millora de l'autoestima

### Econòmic

- ◆ Millora dels ingressos dels productors i productores
- ◆ Generació de divises mitjançant l'exportació dels productes
- ◆ Generació d'ingressos per a les empreses recuperades
- ◆ Generació de valor afegit en l'encadenament

### Gènere

- ◆ Operàries d'empreses recuperades aconseguixen millorar els seus ingressos

### Mediambiental

- ◆ Tota la cadena es regeix per criteris ecològics

### Social

- ◆ Es conserven i promouen els mètodes tradicionals en la producció del cotó
- ◆ Es promou el desenvolupament local posant l'accent en les cultures autòctones de la província del Chaco, una de les més pobres d'Argentina
- ◆ Externalitats positives que deriven del treball d'encadenament solidari
- ◆ Es promou l'autogestió i la participació d'empreses recuperades
- ◆ Es promou el Comerç Just Sud-Sud



[Amèrica Llatina]

## Red Comal

Xarxa de Comercialització Comunitària i Alternativa, Hondures



### Xifres clau

- ✓ **516** tones de canya de sucre processades el 2010
- ✓ **978.000** dòlars de vendes brutes el 2010.
- ✓ **1.041.000** dòlars d'actius generats en 15 anys de tasca comunitària.

La República d'Hondures és un país amb uns 8 milions d'habitants distribuïts en una superfície de 112.090 Km<sup>2</sup>. El seu territori majoritàriament muntanyós i selvàtic alberga a la zona litoral la major producció bananera de tota la regió. A més, cap al sud, destaquen la producció de cafè, tabac i blat de moro, aquest darrer de fonamental importància per a la cultura alimentària tant de la societat actual com de les primeres poblacions maies. Després dels anys vuitanta on els governs de torn convivia amb els interessos nord-americans i es reprimia fortament tota mobilització social, els noranta es van caracteritzar per l'obertura econòmica i les polítiques neoliberals. La deprimida economia i els altíssims nivells de pobresa es van intensificar encara més pel fugaç pas de l'huracà Mitch (1998) que va deixar tan sols en aquest país 14.000 morts i danys materials per sobre

dels 5.000 milions de dòlars. La successió democràtica dels governs es talla abruptament el 2009 quan el president Manuel Zelaya és destituït per un cop d'estat.

Hondures és el tercer país més pobre d'Amèrica Llatina. La mortalitat infantil és de 42 per mil, mentre el PBI per càpita és de 2.876 \$ (dades relatives a l'any 2004). La pobresa arriba al 60% de la població (dades relatives al 2011) mentre la pobresa extrema afecta el 40%.

Justament en el context d'unes polítiques neoliberals i aperturistes, que van implicar la importació d'aliments subsidiats des dels EUA, generant una gran crisi entre els petits productors i productores, un grup d'organitzacions camperoles, indígenes i artesanes comencen a reunir-se entre 1993 i 1995 concretant la creació d'una xarxa de petits productors i productores. Són els



començaments de la Red de Comercialización Comunitaria Alternativa.

### Què és la Red Comal

La Red Comal és una associació d'organitzacions de petits productors i productores a Hondures. "Comal" en la llengua nàhuatl es refereix a un instrument de cuina tradicional (la majoria de les vegades de ceràmica), en forma de plat, on s'acostumen a cuinar i/o escalfar les populars tortillas de blat de moro.

Està conformada per unes 40 organitzacions afiliades i aproximadament 200 grups comunitaris dedicats a la producció agrícola, agroindustrial, la gestió de microempreses i botigues comunitàries per al subministrament d'aliments i béns bàsics.

L'estructura organitzativa de COMAL consisteix en una assemblea de productors i productores, que són elegits en Assemblees Regionals, una Junta Directiva, sis Comitès Regionals i un Equip Tècnic. L'Assemblea Nacional és l'òrgan polític de presa de decisions on participen representants de les

organitzacions afiliades a COMAL. L'Assemblea Nacional tria la Junta Directiva cada dos anys.

### L'estructura comercial i solidària

La Red ha anat construint amb el pas dels anys una organització solidària que inclou una empresa de comercialització, una escola d'economia solidària, un conjunt de botigues, àrees específiques per a la millora del producte i fins i tot un suggeridor sistema d'intercanvis amb una moneda pròpia. Vegem més detingudament aquests components:

- L'Empresa de Comercialització Alternativa y Solidaria (ECOMAS) és l'encarregada de la comercialització dels productes camperols i béns de consum bàsic elaborats pels socis i sòcies. Compta amb un sistema de recollida i Unidades Regionales de Mayoreo (URM), a més de les botigues comunitàries. Promou el comerç amb vendes de carpa, fires i una gran Fira Anual Camperola.
- L'Escuela de Economía Solidaria (ECOSOL) vol contribuir a la millora de l'economia



camperola mitjançant un procés de formació i capacitació. Compta amb un equip d'educadors i educadores populars que atenen la població afiliada a les diferents regions de cobertura de la xarxa.

- El Departamento de Desarrollo de Productos (DDP) és la instància d'acompanyament a la població afiliada a les iniciatives empresarials de desenvolupament de productes, en temes d'assessoria tècnica, empaquetatges i embalatges, tràmits legals, imatge comercial de productes, millora de la qualitat del producte i tots els requerits que han de complir els productes per accedir al mercat. Les seves àrees de treball són: a) Unitat d'Agroindústria, encarregada de treballar conjuntament amb les empreses socials seleccionades en el desenvolupament dels seus productes de caràcter industrial des de la fórmula del producte, processos de producció, normes de qualitat i higiene, seguretat laboral, disseny d'imatge comercial, empaquetatges i embalatges i seguiment als tràmits legals

requerits pels productes per a la seva comercialització; b) Unitat de Suport a la Producció Agrícola, acompanya productors i productores en les feines agrícoles assessorant-los en els seus processos productius, capacitant i implementant tècniques de cultius, ensenyant-los l'ús adequat dels productes agropecuaris i dels plans d'inversió, i c) Unitat de Finançament Alternatiu, que compta amb una cartera de crèdits per al suport a la producció agrícola d'empreses socials camperoles. Aquest finançament es brinda mitjançant el subministrament de llavor, entrades i eines. Una part dels crèdits s'atorga a través de vals anomenats Unitats d'Intercanvi Solidari (UDIS).

- Restaurant La Cocina de COMAL, on a més de ser el lloc on es venen aliments, també es lloguen sales per a esdeveniments i reunions.
- Tienda Centroamericana, que promou la comercialització de productes solidaris dels diferents països de la regió.



- Centre de Capacitació ECOSOL, que compta amb allotjament, alimentació i aules de treball, a més de personal capacitada. S'organitzen formacions sobre comercialització, administració i gestió organitzativa, entre d'altres.
- Unitats d'Intercanvi Solidaris (UNIS). Són valors comunitaris emesos per la Xarxa COMAL per tal de finançar activitats productives dels seus afiliats i afiliades. Igual com la majoria de les monedes socials, no són convertibles i tenen la garantia dels inventaris i la capacitat financera de la Red. S'acostumen a fer servir per al pagament de plantilles, la compra de productes a empreses camperoles, l'atorgament de préstecs per capital de treball a empreses i grups de persones productores i per al pagament de serveis contractats com els de construcció.

Les persones, organitzacions o empreses que reben UNIS poden utilitzar-los per comprar a la Red Comal a través de les botigues comunitàries afiliades i les Unidades Regionales de Mayoreo. Tanmateix, moltes persones i negocis a les comunitats ja accepten UNIS, per això els anomenem valors comunitaris.

### Productes que comercialitza la Red

Alguns dels seus productes més reconeguts són la *panela* granulada ECOCOMAL, producte 100% natural extret de la canya de sucre i certificat per Biolatina, el Cafè ECOCOMAL, producte 100% natural, i el cafè orgànic COMUCAP, produït per la Cooperativa de Mujeres Campesinas, entre d'altres.

### Els valors que inspiren la Red

Els i les integrants de la Red (200 grups afiliats) han consensuat la missió següent: "La Red Comal és una associació que integra empreses socials de productors, productores i consumidors i consumidoras, que impulsats per la lluita i la dignitat de l'ésser humà, desenvolupa processos de formació, producció, transformació i comercialització sota els principis de l'economia solidària per millorar la qualitat de vida de les famílies camperoles".

Quant a la seva visió, diuen el següent: "Som una força integradora, compromesa i consolidada, d'organitzacions econòmiques i socials, que contribueix als processos de transformació al país i és referent d'economia solidària a escala nacional i internacional.

Els processos de formació, producció agroindustrial i comercialització són sostenibles, realitzats amb calidesa, en harmonia amb la natura i sota principis de justícia, equitat, solidaritat i respecte a l'ésser humà".

En aquest marc, els valors en què es basen són:

1. Valorem el treball i la participació més que el capital.
2. Practiquem la justícia.
3. Respectem la vida i la natura.
4. Ens comprometem a mantenir la transparència econòmica.
5. Units i unides enfortim la nostra fe transformadora.
6. Practiquem l'honradesa i l'honestedat.
7. Comercialitzem amb preu i pes just.
8. Practiquem la solidaritat.

9. Promovem la unitat en la nostra organització, reconeixent la diversitat del moviment social i popular.
10. Practiquem relacions d'equitat entre homes i dones.

Així doncs, entenen l'economia solidària com la construcció d'un model que "implica l'intercanvi dels béns i productes en xarxa, la unitat d'orga-

nitzacions i espais d'intercanvi de productes i mercaderies, el consum de béns produïts localment. Tot això fet amb respecte i harmonia amb la natura i les cultures, predominant la cooperació i el bé comú davant la competència, amb la finalitat última de la realització de la persona humana, per sobre de tot el que impedeix la seva autorealització".

### Testimoni de Faustino



**Faustino López, Choluteca, Tienda Comunitaria Nuevo Horizonte**

"Economia Solidària és compartir en tots els aspectes de la vida de la comunitat". ●

### Testimoni de Cirilo



**Cirilo George, Grupo Productor de Caña El Nuevo Despertar**

"Si caminem en solidaritat arribarà un temps que podrem fabricar, produir i consumir tot el que necessitem. Crec que la solidaritat ens portarà a una vida millor a les comunitats. L'economia solidària ens fa trencar barreres que ens estan esclavitzant". ●

### Testimoni de Pablo

**Pablo Vázquez, Tienda Comunitaria Estrellas en Acción**



"L'economia solidària és on treballem tots per al benestar de les nostres famílies. On produïm i recollim per al bé de tots. La solidaritat per a nosaltres és una formació, un aprenentatge". ●

## Impactes

### Social

- ◆ Des de fa 15 anys es treballa en xarxa per congregar organitzacions de productors i productores i consumidors i consumidoras orientats pels valors d'una economia solidària
- ◆ La formació és un pilar fonamental en l'organització, al costat de la producció i la comercialització: fundació de l'escola ECOSOL
- ◆ Integren nombroses xarxes regionals i internacionals com RELACC

### Personal

- ◆ Es treballen valors solidaris en un context on la violència i el mercantilisme intenten imposar-se.
- ◆ Les famílies aconsegueixen continuar produint aliments en un context advers.



### Econòmic

- ◆ Es promou la sobirania alimentària treballant en els diversos esglaons de la producció de productes com canya, cafè i blat de moro, entre d'altres.
- ◆ Es munten una sèrie de botigues comunitàries per facilitar el vincle entre productors i productores i consumidors i consumidoras, així com un sistema de fires.
- ◆ Les Unitats d'Intercanvi Solidaris permeten l'accés a llavors, matèries primeres i eines.
- ◆ 1.100 qq venuts de *panela*, 6.400 lliures de cafè, 5.000 qq de grans bàsics a més de vendes d'hortalisses, artesanies, altres productes agroindustrials i serveis (escola de formació, sales per a conferències i restaurant). Vendes totals per 1 milió de dòlars anuals, aproximadament.

### Mediambiental

- ◆ Els criteris ecològics guien la producció: producció d'hortalisses orgàniques, sistema de bones pràctiques agrícoles per a la canya de sucre, suport per a la producció lliure d'agroquímics i pesticides, etc.

### Gènere

- ◆ Organitzacions exclusivament de productores i artesanes integren la xarxa, afavorint l'empoderament econòmic de les dones.
- ◆ Creació d'instàncies de treball en gènere on han participat activament algunes sòcies.

[Amèrica Llatina]

## Faces de Brasil

Plataforma d'Organitzacions per un Comerç Just i Solidari



### Xifres clau

- ✓ **1,7** milions de treballadors i treballadores ocupats en iniciatives d'economia solidària
- ✓ **100** milions de dòlars mobilitzats anualment

La República Federativa del Brasil és un país amb més de 190 milions d'habitants en una superfície de 8.547.400 Km<sup>2</sup>. El seu enorme territori comprèn almenys 5 regions ben definides: la regió amazònica, que gaudeix d'una immensa riquesa en biodiversitat i jaciments minerals; el Nord-est, de clima semiàrid; el litoral, amb plantacions com el cacau i el cafè; el sud-est, poblat de grans urbs, i el sud, la zona més agrícola i ramadera.

Malgrat les polítiques desenvolupistes practicades des de la primera part del segle XX, l'enlairament econòmic a potència mundial co-bejat per les seves elits mostrava la cara oculta en les dimensions socials desateses. Aquest fenomen s'exacerba amb les polítiques econòmiques practicades durant la dictadura militar

(1964-1983) quan augmenta notablement el seu deute extern i els índexs de pobresa, una situació que la tornada a la democràcia no va poder solucionar. Les intenses mobilitzacions socials caracteritzen aquests anys i provoquen alguns canvis cap a polítiques més proclius a les reivindicacions populars. El 2001 es tria Porto Alegre perquè sigui la capital del Fòrum Social Mundial (FSM). Un any després l'ex-brer metal·lúrgic i líder sindical Lula da Silva guanya les eleccions promovent l'ambiciós programa "Fome Zero" (fam zero).

### L'origen de FACES

En aquest context d'intensa mobilització social es crea el 2001 FACES DO BRASIL, la plataforma d'articulació nacional del Comerç

Just i solidari, integrada per un conjunt d'organitzacions i associacions de productors i productores, treballadors i treballadores, organitzacions no governamentals i gestors governamentals. Actualment, constitueixen el Consell Polític de Faces do Brasil 20 organitzacions, entre les quals figuren les entitats més representatives de la producció solidària del Brasil (Unisol, Unicafes, ANTEAG, etc.), a més d'organitzacions com Càritas, Instituto Marista de la Solidaridad, Visión Mundial, entre d'altres.

Faces do Brasil té la missió de *promoure la construcció del Comerç Just i solidari, com un instrument d'una economia inclusiva, solidària i sostenible*

### Actuació

Per complir la seva missió, la plataforma actua en tres camps:

- 1) **Articulació política i institucional.** Es treballa en la construcció de polítiques públiques i programes, així com en l'articulació amb altres moviments socials. En aquest sentit destaca l'actuació en incidència política per a la creació i implementació del Sistema Nacional de Comerç Just i Solidari.
- 2) **Promoció del concepte de Comerç Just,** sistematització i producció de coneixement. Treball en projectes i iniciatives de formació, investigació i comunicació, desenvolupats en col·laboració amb les organitzacions membres de la plataforma.
- 3) **Enfortiment de canals de comercialització i de consum solidaris.** Per exemple, en la creació i difusió de metodologies, en el suport al desenvolupament de noves experiències, en la difusió de bones pràctiques, etc.

Brasil participa fa molts anys en el moviment internacional de Comerç Just, fent producció i exportació de productes com cafè, nous d'anacard, robes, artesanies, suc de taronja,

joguines educatives i cacau, entre altres productes, la qual cosa genera beneficis per a grups productius que han tingut accés a un mercat privilegiat, amb preu i condicions més apropiades.

Des del 2000, s'inicia un procés de construcció col·lectiva d'estratègies, conceptes i procediments, intentant crear una identitat brasilera en el moviment internacional de Comerç Just (CJ).

En aquest procés, el moviment brasiler va tractar d'articular la proposta i la trajectòria internacional del Comerç Just, amb les demandes, propostes i trajectòries dels moviments socials i populars del Brasil, organitzats principalment per fer front a les desigualtats socials, la precarietat de les relacions laborals i l'atur, i pels avenços en la construcció democràtica del país: entre els quals destaquen els moviments de l'economia solidària, la sobirania alimentària, l'agroecologia, l'agricultura familiar i la reforma agrària.

FACES entén el Comerç Just com una eina que és part d'un projecte polític, amb objectius no només econòmics, sinó també de construcció d'una nova societat i cultura basades en principis de solidaritat, cooperació, igualtat i democràcia.

En conseqüència, el moviment de Comerç Just al Brasil s'ha proposat els reptes següents:

- Ampliar la participació, el protagonisme i l'autonomia, involucrant al màxim nombre possible de persones productores i treballadores;
- Promoure la creació d'una identitat brasilera, per mitjà del debat i de l'assumpció de consensos sobre principis i criteris propis a la seva realitat i cultura;
- Desenvolupar el mercat consumidor nacional, treballant en la promoció i difusió del concepte, els principis, les pràctiques del



Comerç Just i el consum responsable, així com en l'ampliació de l'accés dels consumidors i consumidoras de diferents classes socials als productes del Comerç Just;

- Enfortir noves estratègies per al desenvolupament local, per exemple a través de la creació de cadenes i xarxes solidàries, garantint la transformació i agregació de valor i integrant les diferents baules de la cadena productiva;
- Obtenir el reconeixement de la societat, l'Estat i la legislació pública per mitjà de la creació d'un Sistema Nacional de Comerç Just i de polítiques públiques de suport, assessoria tècnica, crèdit i compres públiques, pantant el Comerç Just com una eina per a la promoció social i, en especial, per al desenvolupament econòmic integral, inclús, sostenible i solidari.

En aquest context, el Comerç Just passa a ser anomenat al Brasil "Comerç Just i solidari". Per al moviment del Brasil, el Comerç Just i solidari (CJS) "és el flux comercial diferenciat, basat en el compliment de criteris de justícia

i solidaritat en les relacions comercials, que desemboca en el protagonisme de les Entitats Econòmiques Solidàries (Emprendimientos Económicos Solidarios, EES) per mitjà de la participació activa i el reconeixement de la seva autonomia", destacant en aquest sentit un vincle conceptual i pràctic entre el Comerç Just i l'economia solidària.

Per a FACES, aquesta definició reforça el significat polític del Comerç Just, com una proposta de transformació social i un instrument per a la construcció d'un nou model de desenvolupament i d'economia, profundament democràtic, inclús, sostenible, just i solidari. A través d'un intens procés participatiu, es van acordar 7 principis rectors:

1. Enfortir la democràcia, l'autogestió, el respecte a la llibertat d'opinió, d'organització i d'identitat cultural;
2. Garantir les condicions justes de producció i treball, d'agregació de valor, així com l'equilibri i el respecte en les relacions entre els diversos actors;
3. Donar suport al desenvolupament local cap a la sostenibilitat;

4. Respectar el medi ambient;
5. Respectar els drets de les dones, nens, grups ètnics i els treballadors;
6. Garantir la informació als consumidors, treballar per la transparència, el respecte als drets dels consumidors i l'educació per al consum responsable;
7. Estimular la integració de tots les baules de la cadena productiva”.

Aquest procés col·lectiu, va crear la base conceptual del **Sistema Nacional de Comerç Just i Solidari (SCJS)**, que aconseguix al no-

vembre de 2010 la signatura del president Lula per instaurar-lo com a política pública, mitjançant decret presidencial.

Aquest sistema públic és un conjunt de conceptes, principis, criteris, actors i espais de gestió i control social, disposats en una única estratègia d’afirmació i promoció del Comerç Just i solidari al país. El Decret va crear la Comissió Gestora Nacional, integrat per la societat civil (iniciatives de producció, comercialització i consum) i el govern (tres ministeris del Govern Federal).

### Testimoni d'emprenedors solidaris capacitats en Comerç Just



**Lucas Somavilla, Grupo Piscis**

“Aquesta capacitació ens auxiliarà en la consolidació de la nostra associació i en la consolidació dels nostres objectius, amb vista a un desenvolupament col·lectiu i una millor qualitat de vida”. ●



**Elenita, Coop Afro**

“Compartim coneixement. Ens enriqueix molt. Es van contestar molts dubtes. Intentaré portar al grup el que aquí es va discutir”. ●



**Gladis, Maos Amigas**

“Vaig aprendre que està naixent una nova història, la construcció en conjunt del Comerç Just. En poques paraules, un nou món pot ocórrer per als meus fills i els meus néts, o millor, per a tota la comunitat”.<sup>33</sup> ●

## Impactes

### Social

- ◆ Es constitueix una xarxa representativa de les organitzacions més importants que treballen en l'àrea del Comerç Just
- ◆ Actors de la societat civil i del govern concorden polítiques públiques per al foment del Comerç Just i Solidari
- ◆ Es mobilitzen productors i productores i entitats de suport per a la construcció consensuada dels principis i mètodes
- ◆ S'integren els moviments socials
- ◆ Es creen sistemes participatius de garanties
- ◆ Es potencien mercats locals amb visió territorial de desenvolupament

### Econòmic

- ◆ Les iniciatives empresarials col·lectives s'insereixen en una cadena de comercialització
- ◆ Es creen xarxes per millorar l'eficiència econòmica (per exemple, mitjançant compres conjuntes)
- ◆ Es creen polítiques de compres públiques que milloren els ingressos dels productors i productores

### Personal

- ◆ Ampliació de les relacions
- ◆ Els treballadors i les treballadores aconsegueixen capacitació específica en Comerç Just

### Gènere

- ◆ L'equitat de gènere és un dels principis que guien el Comerç Just i solidari

### Mediambiental

- ◆ Criteris ecològics regulen els principis i mecanismes del Sistema Nacional de Comerç Just i Solidari



33 FACES do Brasil: “Sistematização e avaliação da metodologia utilizada e do perfil do empreendimentos trabalhados”, 2011. La traducció dels textos és de l'autor.

[Estat espanyol]

# Landare

Associació de Consumidors/es  
de Productes Ecològics



## Xifres clau

- ✓ **1.500** és el nombre de socis i sòcies per a l'any 2012
- ✓ **294** és el nombre de socis i sòcies ingressats al darrer any
- ✓ **2** és el nombre de botigues que ofereixen una àmplia varietat de productes ecològics
- ✓ **3.000** productes accessibles a la seva base social
- ✓ **1.500.000** euros de vendes anuals

Landare és una Associació de Consumidors de Productes Ecològics, amb seu a Pamplona (Navarra). La constitueixen el 1992 un grup de persones interessades en una alimentació sana i preocupades pel seu entorn, amb el propòsit d'oferir als seus socis i sòcies (actualment més de 1.500 persones) productes de qualitat garantits a un preu més econòmic que les botigues especialitzades. També procura fomentar la relació entre les persones interessades en una qualitat de vida superior i afavorir el desenvolupament de la cultura ecològica.

Els seus objectius són:

- Proporcionar a les persones associades aliments i productes ecològics garantits que respectin el medi ambient.
- Contribuir a la consolidació d'una xarxa de comercialització de productes agrícoles i ramaders ecològics i de Comerç Just.

- Fomentar el consum conscient i responsable.
- Posar en contacte les persones que produeixen amb les que consumeixen

Per fomentar aquests objectius, Landare va començar obrint una botiga on els associats i associades poguessin comprar els productes ecològics i de l'economia solidària. D'ençà d'aleshores, aquesta primera botiga ofereix diferents seccions: alimentació, higiene i llar, llibres, zona de reunions i cuina. El creixement de l'Associació ha comportat la necessitat de comptar amb nous locals: "A part del magatzem de productes ecològics, al nou local volem crear un espai obert i proper on la gent pugui passar una estona tranquil·la i en un ambient agradable pensant sobre com podem canviar aquest món en què ens ha tocat viure". Avui dia, l'associació compta amb diversos espais físics:



- Magatzem de 200 m<sup>2</sup> al barri Rotxapea-Iruña; és el primer local de Landare, actualment hi treballen 8 persones
- Magatzem Atarrabia-Villava (població de 7.000 habitants limítrof amb Iruña); actualment hi treballen 3 persones
- Horta experimental a Berriozar (localitat limítrof amb Iruña), dins d'un projecte ampli realitzat entre l'Ajuntament, Landare i una altra empresa d'inserció. El projecte cedeix al veïnat horts (fins 100) de 70 m<sup>2</sup>, Landare s'encarrega de la formació de les persones interessades i l'empresa d'inserció del treball amb la terra.
- Menjador Popular (Herri Jantokia): en col·laboració amb una societat gastronòmica de barri, la Societat Errota Berri (barri de Rotxapea) que cedeix el local de dilluns a divendres, d'11 a 17h per donar menjars ecològics, vegans i macrobiòtics a un preu popular (6.5 euros). L'experiència s'està tirant endavant en col·laboració amb 2 agricultors locals. Altres 3 persones treballen en aquest espai.

### Participació activa i voluntariat

A fi d'involucrar la base social en la construcció col·lectiva del projecte, Landare va decidir que, per donar suport i participar més activament, els socis i sòcies havien de dedicar unes hores

de voluntariat. Per això, en l'actualitat els socis i sòcies han de fer dues hores anuals de voluntariat; si no les fan han de pagar una quota extraordinària de 20 euros.

Aquestes hores es poden desenvolupar a la botiga (endreçant els productes, en tasques de neteja, posant els preus...), col·laborant amb els treballadors i treballadores de l'associació.

Però també les poden fer participant en tallers relacionats amb els objectius de l'associació, és a dir, sobre salut, medi ambient, ecologia, consum conscient i responsable, menjar vegetarià o reutilització.

Com qualsevol altra associació, compta en els seus estatuts amb els mecanismes habituals de participació (Assemblees, Junta Directiva...), així com amb diverses comissions de treball.

### Més que una comercialitzadora

Landare és més que una associació de persones consumidores preocupades per la seva alimentació. Les dimensions socials del projecte i l'objectiu de canviar el món des de les petites transformacions és present en el seu esperit i en les pràctiques concretes: "Els béns de consum s'han anat menjant l'espai, però la nostra voluntat és que aquest local sigui més que una botiga", indica un dels seus socis. "Aquí pots estar una hora i mitja fent la compra perquè véns amb tranquil·litat i enraones amb la gent, des-



cobreixes productes nous; no és com una gran superfície, on fas la compra corrents perquè vols fugir-ne”, afegeix un altre soci, membre de la Junta Directiva.

Per al director de Landare, consumir així és “un procés transformador”. “És una altra forma de consumir, més conscient, responsable i compartida”.

### Testimoni de Maria Jesús i Javier

#### Socis des de fa 2 anys

“Som socis. Comprem setmanalment productes de consum. Fem periòdicament treballs comunitaris, assistim a les assemblees generals i participem en tallers proposats per altres socis / ... / Els productes ecològics cada vegada adquireixen un major pes en les nostres compres. Tenim accés a productes d'alta qualitat i compromesos amb tècniques de producció respectuoses amb el medi ambient i saludables. Això és molt important per a nosaltres, especialment tenint en compte que

tenim una filla d'1 any.

El que més valorem de Landare és la col·laboració de tots els socis, que intenten implicar-se al màxim per donar sentit al projecte. La possibilitat de tenir accés a productes ecològics i de Comerç Just al nostre entorn”. ●

### Testimoni de Jon

#### Soci des de fa 2 anys

“Landare és una organització que, a part de proveir de productes ecològics i de Comerç Just, actua com a dinamitzadora en l'àmbit de l'ecologisme, la justícia social ... En aquesta línia, organitza xerrades, cursos i altres activitats, com ara un menjador comunitari per a socis interessats. Els associats, podem

participar en aquestes activitats, aportar les nostres experiències per enriquir a la resta dels associats i per estatuts hem de col·laborar unes determinades hores a l'any en tasques de l'organització / ... /

El que més valoro és la possibilitat d'accedir a productes que ajudin a la sostenibilitat social i ambiental”. ●

## Impactes

### Social

- ◆ L'associació ha permès gestar una xarxa amb iniciatives productives i ampli teixit social en el territori
- ◆ El 80% de la base social regularment consumeix productes ecològics, fa tasques de voluntariat i/o participa en els horts
- ◆ L'associació integra nombroses xarxes d'economia solidària i de consum responsable
- ◆ Realització setmanal de tallers i espais de capacitat

### Econòmic

- ◆ Tot i la competència del mercat convencional, Landare aconsegueix augmentar infraestructures i serveis als seus associats i associades
- ◆ Model estable de comercialització que permet el desenvolupament d'unitats productores alternatives

### Personal

- ◆ Estructura participativa de l'organització
- ◆ Forta implicació personal en la gestió

### Gènere

- ◆ En treballar en el marc dels principis del Comerç Just i de l'economia solidària, es potencia l'equitat de gènere en les diverses pràctiques

### Mediambiental

- ◆ Els productes comercialitzats responen a criteris ecològics
- ◆ Es procura consumir preferentment productes de proximitat

[Estat espanyol]

# Som Energia

La cooperativa de consum i producció d'energia verda



## Xifres clau

- ✓ **150** va ser el nombre de persones sòcies en el moment de la fundació
- ✓ **2.579** és el nombre actual de socis i sòcies
- ✓ **800.000** euros de facturació s'esperen per al 2012
- ✓ **150.000** kWh/any s'esperen produir el 2012

Som Energia és una cooperativa creada el 2010, quan un grup de persones vinculades a la Universitat de Girona s'autoconvoca en sentir la necessitat de crear una experiència col·lectiva de promoció d'un nou model energètic, tal com estava succeint en altres països.

El dissabte 11 de desembre de 2010, amb l'assistència de prop de 150 socis i sòcies, es va realitzar l'assemblea constituent de Som Energia a la Casa de Cultura de Girona. Alguns dies després eren gairebé mil els socis i sòcies que donaven suport a la idea.

El 2011 comença a funcionar de ple la cooperativa amb l'objectiu d'assolir els primers objectius marcats: esdevenir una comercialitzadora d'electricitat 100% renovable i iniciar els primers projectes propis de producció d'energia.

Al setembre de 2011 s'inicia l'activitat de comercialització d'electricitat verda certificada.

## El model cooperatiu

Som Energia es va crear com a cooperativa de consum, sense ànim de lucre, d'energia verda i amb els objectius següents

- Oferir energia 100% renovable, de proximitat i al mateix preu que l'energia "bruta" als seus socis i sòcies.
- Fomentar un augment de la generació d'energia a partir de fonts renovables a l'Estat espanyol i el desenvolupament de noves instal·lacions de producció amb la inversió dels socis i sòcies de la cooperativa. El primer projecte d'energies renovables de la cooperativa ha començat a generar electricitat verda al març de 2012, gràcies a una instal·lació fotovoltaica de 100kW sobre coberta industrial i durant l'any 2012 es preveu la construcció d'altres instal·lacions, totes finançades pels membres de la cooperativa. Aquests projectes de generació energètica (fotovoltaica, eòlica, biogàs, biomassa, etc.)



incorporen criteris de desenvolupament sostenible i local, educatius i amb una rendibilitat econòmica justa per a totes les parts. L'objectiu de la cooperativa és aconseguir una generació pròpia d'energia renovable que s'adeqüi al consum energètic de tots els membres de la cooperativa. És a dir, generar a mitjà-llarg termini tanta energia com consum realitzin els socis i sòcies de Som Energia.

- Promoure la reducció en el consum energètic de la massa social a partir de la informació, l'assessorament i la força de la xarxa social que conforma la cooperativa.
- Contribuir a la transformació del territori en un lloc més sostenible i més respectuós amb el medi, apostant en aquest cas per un canvi de model energètic i contribuint també a la generació de nous llocs de treball en el territori relacionats amb l'economia verda.

Segons es relata en els seus documents, el fet d'apostar per una iniciativa d'aquestes característiques emprant el model d'empresa cooperativa persegueix la participació de les persones en el canvi de model desitjat, ja que només d'aquesta manera es pot arribar a contrarestar les forces existents que limiten el desenvolupament de les energies renovables a favor de les fonts convencionals d'energia.

Els valors que animen la cooperativa són:

- **Membres implicats i oberts a la participació:** els socis i sòcies poden participar aportant coneixement, diners, béns o treball.
- **Transparència i control democràtic:** tots els socis i sòcies tenen un vot, independentment de la seva contribució econòmica.
- **Participació financera de tots els socis i sòcies:** les petites aportacions de molts donen el poder financer i popular per promoure els projectes.
- **Autonomia i independència:** establir col·laboracions amb altres projectes, però sempre segons els criteris de la cooperativa.
- **Educació i informació:** promoure una nova cultura energètica i l'acceptació de l'energia renovable.
- **Col·laboracions amb altres cooperatives:** foment de la cooperació amb altres cooperatives existents, siguin o no de l'àmbit energètic, per assolir objectius comuns, en el marc del principi de la intercooperació.
- **Enfocament a la comunitat local:** promoció de llocs de treball relacionats amb l'energia renovable, contribuint a la creació d'una economia veritablement sostenible.

### Organització

D'aquesta manera, la cooperativa es regeix per l'òrgan social superior (l'Assemblea de socis i sòcies) que defineix un Consell Rector per a l'execució de les línies estratègiques marcades. Però la superior participació i la clau per poder fer tota la feina ha estat l'esforç voluntari de la base social a través de diferents comissions de treball que tenen una missió específica, així com dels grups locals de treball, que ajuden a difondre el projecte.

Les comissions de treball són: comercialització, projectes, servei als socis i sòcies, comunicació, educació i recursos.



### Testimoni de Josep Prat

#### Voluntari des del 2010

*"El que més valoro és aportar des del meu treball voluntari al creixement d'un projecte en què crec. Viure en les cares de la gent la satisfacció de disposar d'una alternativa a l'actual model energètic, que semblava estar basat únicament en instruments de multinacionals, amb grans impactes socials i ambientals". ●*

## Impactes

### Social

- ◆ Més de 2.500 socis i sòcies s'uneixen per canviar el model energètic
- ◆ Pràctica del principi d'intercooperació articulant-se amb altres cooperatives i organitzacions

### Personal

- ◆ Les famílies accedeixen a un servei comunitari i sostenible

### Econòmic

- ◆ Es consumeix energia renovable al mateix preu que l'energia contaminant
- ◆ Projectes d'inversió per més de 1,5 milions d'euros
- ◆ Expansió comercial del servei a altres regions

### Mediambiental

- ◆ Centenars de llars canvien la font energètica i reben energia 100% renovable



[Estat espanyol]

## Red Social Koopera

Xarxa d'inserció sociolaboral contra l'exclusió social



### Xifres clau

- ✓ **200** treballadors/es s'insereixen en les diverses activitats laborals de la Red
- ✓ **3.100.000** quilos de teles són recollides i reutilitzades en el marc dels programes de protecció del medi ambient
- ✓ **3.500** persones per any reben auxili en vestimenta por mitjà de la Red
- ✓ **16.400** Tm/Any de residus recollits selectivament

La Red Social Koopera Gizarte Sarea és una xarxa formada per cooperatives i entitats sense ànim de lucre que té com a objectiu sumar forces per millorar l'eficiència i l'eficàcia en la inserció sociolaboral dels col·lectius més vulnerables en l'accés al mercat de treball, mitjançant un enfocament innovador en el marc dels principis de l'Economia Social i Solidària. Des de 2008 es constitueix com a societat cooperativa de segon grau.

L'enfocament innovador d'inserció sociolaboral es basa en dos conceptes:

- Cercar activitats en què els treballadors i treballadores puguin fer servir habilitats laborals, socials i tecnològiques.
- Incentivar la implicació activa dels involucrats, de manera que se sentin participants de les construccions cooperatives.

En aquest sentit, la Red ha delimitat l'objectiu següent: "Som un grup de cooperatives

d'iniciativa social i empreses d'inserció. El nostre objectiu és la lluita contra l'exclusió social i la inserció sociolaboral de persones en situació o risc d'exclusió social, mitjançant activitats principalment en defensa del medi ambient."

"A la Red Social Koopera treballem per canviar la situació de les persones que necessiten una altra oportunitat. Aquestes persones són les autèntiques protagonistes de la Red".

### Els socis i sòcies de la Red

- **REZIKLETA S.COOP.** El 1990 neix l'Asociación para la Promoción de la Ecología Social REZIKLETA. El juny de 1992 es constitueix com Rezikleta S. Coop. i s'especialitza en la creació d'ocupació social a partir d'activitats de recollida selectiva i reciclatge de residus. Des de 2009 gestiona "Bizimeta", el primer servei públic interurbà de préstec



automàtic de bicicletes estàndard i elèctriques, integrat en el sistema de transport públic.

- **BEROHI S.COOP.** Es constitueix el 2000, tenint Càritas Diocesana de Bilbao i Rezikleta S. Coop. com a socis col·laboradors. Aporta una solució integral en l'àmbit del tèxtil recuperat amb la creació d'un centre de manipulació i tractament com a principal activitat.
- **EKORROPA S.COOP.** Compta amb 10 botigues obertes des del 2000; es constitueix el 2010 com a societat cooperativa amb entitat pròpia per tal de gestionar la creixent xarxa de botigues de segona mà especialitzada en moda ecològica i en consum sostenible. Gestiona el primer mercat solidari i ecològic del País Basc, situat al centre de Bilbao.
- **EKIBER S.COOP.** Es constitueix el 2004. És una empresa d'inserció que adapta un nou model de funcionament sobre col·lectius amb què ja es treballava i que, a més, permet la intervenció educativa i el seguiment. El seu objectiu és incorporar les persones al mercat ordinari després de passar per l'empresa d'inserció.

- **EKORREPARA S.Coop.** Promoguda per Càritas Biscaia i Rezikleta, el 2007 es constitueix com a empresa d'inserció. És la primera cooperativa d'iniciativa social que té com a objectiu recuperar aparells elèctrics i electrònics (AEE).
- **LANBERRI.** Lanberri eix l'any 2000 i s'emmarca en del treball comunitari de quatre entitats (Bidegintza, Susterra, Rezikleta i Sortarazi) que actuen en l'entorn del districte V de Bilbao; el seu àmbit d'actuació és el treball amb persones que presenten una gran vulnerabilitat social.

#### Soci col·laborador:

- **CARITAS BIZKAIA.** És l'organització social de la Diòcesi al servei de les persones empobrides; promou la seva integració i impulsa la justícia social. Té una llarga trajectòria de 50 anys de treball a favor de la integració de les persones més desfavorides. El 2007 van participar en algun dels seus projectes prop de 10.000 persones de Biscaia.

**Entitats participades** (formen part de la Red, però no en qualitat de socis):

- **BERZIKLATU S.L.** és una empresa d'inserció mixta entre tercer sector i administració que gestiona des de 2007 la planta per al tractament integral dels residus voluminosos construïda i cedida per la Diputació Foral de Biscaia.
- **LIBURKI S.L.L.** és una societat limitada laboral que es crea el 2002 com a empresa d'inserció dedicada a l'enquadrernació artesanal, el regal promocional, la fotocopisteria i la gestió documental, tant de clients privats, com del tercer sector i públics.
- **BEROHI Chile Limitada i EKORROPA RO, S.R.L.** ón els dos projectes de reutilització tèxtil a Xile i Romania posats en marxa el 2004 i 2007, respectivament.

#### Activitats que desenvolupa la Red

La Red treballa en set sectors: inserció sociolaboral, serveis assistencials, serveis mediambientals, consum sostenible, promoció de l'Economia Social i Solidària, cooperació al desenvolupament i, finalment, serveis d'innovació social.

Pel que fa a la inserció sociolaboral, la Red col·labora amb les àrees socials dels ajuntaments i mancomunitats amb un servei adreçat a les persones en situació o risc d'exclusió social del seu municipi. També ofereix contractes en les seves empreses d'inserció i cooperatives. Quant als serveis assistencials, col·labora amb les àrees socials municipals i entitats socials com Càritas per proveir de vestit a persones en situació d'exclusió.

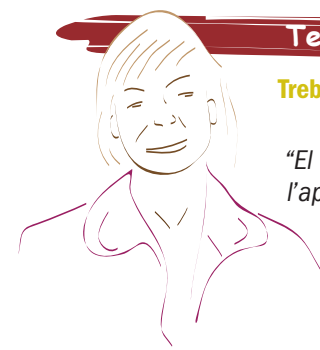
Amb relació als serveis mediambientals, la Red treballa amb les àrees mediambientals de l'Administració, sobretot prestant-li serveis ambientals, com són la gestió de residus per a la seva reutilització i reciclatge.

D'altra banda, a través de la seva xarxa de botigues (actualment 10) llança campanyes de consum responsable, promovent d'aquesta manera el consum sostenible. A més, promou l'Economia Social i Solidària



en països en vies de desenvolupament, posant en marxa projectes en què les persones treballadores dels països de destinació són socis i sòcies i agents actius. Aquesta és la seva aposta en favor de la cooperació al desenvolupament.

Finalment, ofereix serveis d'innovació social investigant en la recerca d'oportunitats per a la creació d'ocupació social. Val a dir que, en el marc d'aquesta activitat, neix el projecte Koopera REUSING CENTER.



#### Testimoni de Cristina

Treballadora de la Red a l'Àrea de Consum

*"El que més valoro és la vocació social de la Red, l'aprenentatge que promou entre els seus membres, la innovació per la qual aposta i la seva finalitat, que situa la persona al centre". ●*

## Impactes

### Social

- ◆ Facilita l'accés a l'ocupació de col·lectius vulnerables en empreses d'inserció
- ◆ Dinamitza processos d'inclusió social mitjançant estratègies d'innovació tecnològica-empresarial
- ◆ Ampli treball en xarxa amb altres organitzacions de l'economia solidària, també en campanyes de sensibilització

### Personal

- ◆ Promoció del protagonisme i la dignitat de les persones
- ◆ Augment de l'autoestima de persones en risc d'exclusió



### Gènere

- ◆ Es promou la igualtat de gènere en les seves accions

### Econòmic

- ◆ Promoció de l'economia solidària i el cooperativisme mitjançant empreses d'inserció, cooperatives i associacions amb programes sociolaborals
- ◆ Obertura de mercats locals, regionals i internacionals per als productes

### Mediambiental

- ◆ Reducció, recuperació i reciclatge d'articles descartats per al consum i que tornen al circuit mitjançant la producció solidària i el consum responsable.

Lloc oficial: [www.koopera.org](http://www.koopera.org)

[Estat espanyol]

## Fiare

Banca Ètica



### Xifres clau

- ✓ **29.000.000** d'euros és la suma total dels dipòsits contractats
- ✓ **2.800.000** euros acumulats al tancament del balanç de 2011
- ✓ **9.617.000** euros prestats el 2011 a projectes socialment positius
- ✓ **2.618** socis i sòcies

Fiare és un projecte de banca ètica que exerceix una tasca d'intermediació financera al servei de la transformació social. Es distingeix per ser un agent bancari amb valors alternatius als dominants i construeix socialment un altre model de finances.

Des del punt de vista social, FIARE és un projecte que engloba moltes organitzacions que volen construir una Economia Social i Solidària, generant un sistema financer transparent i responsable mitjançant els estalvis de les persones i organitzacions. Des del punt de vista bancari, FIARE és l'agent exclusiu de la Banca Popolare Etica, S. Coop (Itàlia), una de les més prestigioses institucions de finances ètiques a tot el món que, sota el format cooperatiu, opera com a banc amb caràcter general des de fa més de 20 anys, sense perdre les seves característiques d'absència de lucre, democràcia i participació.

En l'actualitat, FIARE es troba en un procés d'integració amb Banca Popolare Etica, amb l'objectiu que FIARE sigui una cooperativa de crèdit al costat d'aquesta banca ètica italiana, amb la qual es comparteixen valors i principis.

L'ideari bàsic de FIARE comprèn les idees següents:

- Les finances orientades èticament són sensibles a les conseqüències no econòmiques de les accions econòmiques.
- El crèdit, en totes les seves formes, és un dret humà.
- L'eficiència i la sobrietat són components de la responsabilitat ètica.
- El benefici obtingut per la possessió i l'intercanvi de diners ha de ser conseqüència de l'activitat orientada al bé comú i capaç de ser distribuït equitativament entre tots els subjectes que intervenen en la seva realització.



- La màxima transparència de totes les operacions és requisit fonamental de qualsevol activitat de finances ètiques.
- S'afavorirà la participació en la presa de decisions de l'empresa, no només als socis i sòcies, sinó també a les persones estalviadores.
- La institució que accepta els principis de les finances ètiques orienta amb aquests criteris tota la seva activitat.



### L'origen

L'origen d'aquest projecte col·lectiu que aplega diversos actors animats pel canvi social, és òbviament complex, i arrela en el superior coneixement que les entitats de l'Estat Espanyol generaven respecte al moviment internacional de les finances ètiques; per exemple les activitats promogudes per la Federació Europea de Bancs Ètics, entre d'altres. Si bé la Fundació FIARE comença el seu camí al País Basc (2005), la veritat és que després genera processos d'acostament amb altres associacions de banca ètica amb similars finalitats, com l'associació FETS (Finances Ètiques i Solidàries), Oikocredit i Coop57, en aquest cas per operar a Catalunya. És així que en els últims cinc anys FIARE ha tingut una gran desenvolupament territorial propiciat per una extensa base social a tot l'Estat espanyol.

### L'activitat bancària

Mentre espera poder realitzar totes les funcions pròpies d'una entitat bancària, FIARE ha començat les seves activitats centrant-se en aquelles funcions bàsiques del model: rebre estalvis responsables per invertir en projectes viables socialment, ambientalment i econòmicament.

Pel que fa als dipòsits, FIARE els accepta de qualsevol persona o entitat legalment constituïda, només amb la condició que la persona dipositant signi una declaració en què manifesta la seva identificació amb els principis inspiradors del projecte. El contracte del dipòsit es pot formalitzar a les oficines de FIARE, presentant el DNI en cas de persones físiques, i aportant el NIF, escriptures de constitució i de poders i DNI dels apoderats i apoderades, en el cas de les persones jurídiques.

El dipòsit tindrà el caràcter de llibreta d'estalvi i es podrà triar entre diverses modalitats.

D'altra banda, la persona dipositant podrà indicar les seves preferències sobre destinació dels seus estalvis, i triar entre projectes socials, de cooperació, de qualitat de vida o mediambientals.

Pel que fa als préstecs, el tipus de projectes i/o necessitats que es financen són:

- Cobertura de necessitats bàsiques de persones físiques, en el nostre entorn i en el Sud, mitjançant acords específics amb entitats associades al Projecte FIARE o amb les administracions públiques.
- Finançament genèric (estructura, locals i tresoreria) per a entitats que treballen amb persones en situació o risc d'exclusió, organitzacions no governamentals per al desenvolupament i la cooperació amb el Sud, empreses de l'economia solidària i, en general, per a totes aquelles entitats sense ànim de lucre que promouen o desenvolupen activitats amb un impacte social positiu.
- Crèdits per a la posada en marxa de projectes empresarials presentats per qualsevol persona física o jurídica; la seva aprovació

queda subjecta a l'avaluació eticosocial tant de l'entitat sol·licitant com del projecte.

Quant a les seves modalitats, FIARE en línies generals ofereix dues línies de préstecs: personal i hipotecari.

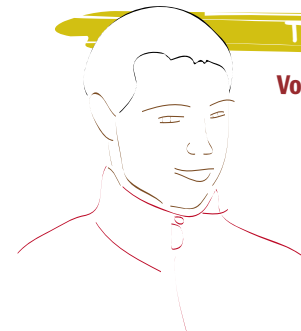
### La participació de la base social

El paper de les persones sòcies és clau en la difusió del projecte. Actualment hi ha una xarxa de més de 300 organitzacions que han assumit un paper de sòcies promotores i col·laboradores del projecte i, gràcies a elles, FIARE s'expandeix i arrela en la societat.

També és important el paper que juguen les persones individualment, ja que avui dia el projecte compta amb més d'un centenar de persones del conjunt de l'Estat espanyol que, a títol personal o en nom d'una organització membre, es reuneixen periòdicament per difondre i ampliar el capital social, a través de xerrades, presentacions, presència en fires, etc. Com a entitat de finançament ètic, el paper de sensibilització és essencial i un dels seus eixos de transformació social.

### Testimoni de Sergi

Voluntari, 28 anys



*"Com a socis voluntaris, ens reunim mensualment i preparam accions i activitats de sensibilització a la nostra ciutat. En cas d'organitzar algun seminari, les trobades es fan més sovint. També participem en fires i mostres d'entitats i fem xerrades informatives sobre el projecte.*

*El que més valoro són les ganes de canviar les coses a partir de fomentar alternatives constructives". ●*

## Impactes

### Social

- ◆ Nombroses organitzacions i xarxes de la societat civil conflueixen i generen aliances estratègiques per consolidar el projecte d'una banca ètica.
- ◆ Àmplia extensió territorial amb accent participatiu.
- ◆ Desenes d'iniciatives d'economia solidària, empenedores socials, projectes de cooperació internacional i empreses dedicades a la gestió mediambiental reben finançament.

### Econòmic

- ◆ Prop de 30 milions d'euros generats d'estalvi acumulat al llarg d'aquests anys de funcionament.
- ◆ 17 milions d'euros és el volum de finançament adreçat a més de 130 projectes d'utilitat social, amb àmplia transparència.

### Personal

- ◆ 2500 persones aconsegueixen donar una destinació justa i responsable als seus estalvis.
- ◆ Diversos mecanismes fomenten la participació de les persones i institucions.



### Mediambiental

- ◆ Els projectes finançats són avaluats en les dimensions ambientals.

### Gènere

- ◆ La igualtat de gènere es considera element determinant per a l'avaluació dels projectes susceptibles de ser finançats.

Lloc oficial:  
[www.proyectofiare.com/web/](http://www.proyectofiare.com/web/)

[Estat espanyol]

## IDEAS S.C.A.

Inicatives d'Economia Alternativa i Solidària



### Xifres clau

- ✓ **1.000** productes de Comerç Just ofereix IDEAS
- ✓ **45** grups a l'Àsia, Àfrica i Amèrica Llatina treballen directa o indirectament amb l'organització
- ✓ **1.000** representants d'administracions públiques i empreses proveïdores capacitades en compra pública ètica i responsable
- ✓ **98%** del finançament canalitzat a través d'iniciatives de finances ètiques

IDEAS és una organització de Comerç Just creada fa més de 20 anys i amb seu central a Còrdoba i oficines a Barcelona, Extremadura i Madrid. La seva missió és transformar l'entorn econòmic i social per construir un món més just i sostenible, desenvolupant iniciatives de Comerç Just, economia solidària i consum responsable, tant en l'àmbit local com internacional.

IDEAS va ser la primera entitat espanyola que va practicar el Comerç Just amb organitzacions del Sud (Àfrica, Amèrica Llatina i Àsia) a través de programes de cooperació, assistència tècnica, importació, distribució i venda d'aliments i productes artesanals.

IDEAS entén el Comerç Just com una poderosa eina per eradicar les causes de la pobresa

en les comunitats més desfavorides, garantint els drets, la dignitat i el desenvolupament de totes les parts implicades.

IDEAS busca en aquest sentit potenciar la capacitat crítica dels ciutadans i ciutadanes, empreses i institucions públiques en el seu dret a consumir conscientment. Així, aquesta organització duu a terme nombroses activitats de consultoria, educació i mobilització social, com també desenvolupa eines de finançament ètic per afavorir models de consum responsable i economia solidària.

El compromís amb el Comerç Just es tradueix en tasques de capacitació a les organitzacions productores, a més de sensibilitzar, importar i distribuir els productes



de Comerç Just sense ànim de lucre. Així doncs, amb la intenció d'afavorir les economies i organitzacions del Sud, distribueix els productes procedents de la cooperació comercial a través d'una àmplia xarxa de més de 400 clients (botigues de Comerç Just, petits comerços, associacions veïnals, cooperatives de consum, col·legis, ecobotigues, ONG, etc.).

També es mobilitzen per generar més consciència responsable al seu país. Executen diversos projectes de sensibilització, campanyes de consum responsable, activitats enfocades a les polítiques de compra pública, al desenvolupament local amb un enfocament de Comerç Just i a la responsabilitat social de les empreses.

IDEAS és una cooperativa sense ànim de lucre integrada per 10 persones sòcies i altres 5 persones treballadores. Està inscrita com a ONGD a l'AECID (Agència Espanyola de Cooperació Internacional per al Desenvolupament). És membre de WFTO (Organització

Mundial de Comerç Just), membre fundador de la CECJ (Coordinadora Estatal de Comerç Just), soci fundador de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidària), i de FLARE (banca ètica). En aquest últim aspecte cal assenyalar que el 98% del finançament d'IDEAS es canalitza pel sistema de finances ètiques.

#### Línies d'acció

■ **Comerç Just.** IDEAS compta amb una col·lecció de més de mil productes d'alimentació, begudes, artesanía, tèxtil, bijuteria, complements, papereria, cosmètics, etc. que es renoven cada temporada. L'organització desenvolupa especialment la línia Bio&Justo per oferir als consumidors i consumidores productes de màxima qualitat, amb responsabilitat social i mediambiental.

Per a això compta amb un equip assessor que ofereix un tracte personalitzat a cada organització o entitat que vulgui adquirir productes de Comerç Just, la majoria bo-



tigues de Comerç Just. També compta des de 2011 amb una botiga virtual ([www.comerciojustoideas.com](http://www.comerciojustoideas.com)).

■ **Sensibilització.** IDEAS desenvolupa una part fonamental del seu treball formant i educant sobre el Comerç Just i el consum responsable mitjançant campanyes de sensibilització, cursos de formació i activitats educatives.

■ **Consultories.** IDEAS fa nombroses activitats de recerca i consultoria. Entre aquestes accions cal destacar la coordinació estatal dels programes europeus de Compra Pública Ètica (CPE) i Compra Empresarial Responsable (CER). L'objectiu és assessorar les administracions públiques i el sector empresarial per integrar criteris ètics i ecològics en les seves compres i contractacions per tal de facilitar la seva participació com a agents de desenvolupament.

IDEAS també coordina a l'Estat espanyol el Programa Europeu "Ciutats pel Comerç

Just" que busca la participació de tots els actors públics, privats, socials i particulars en el foment del Comerç Just. Actualment són 6 les ciutats espanyoles que han aconseguit el referit títol (amb altres 30 desenvolupant-lo activament), sobre un total de mil localitats a tot el món. En aquest marc, també compta amb una línia d'incidència en les universitats. Han estat 12 les universitats que fins ara han ingressat al programa.

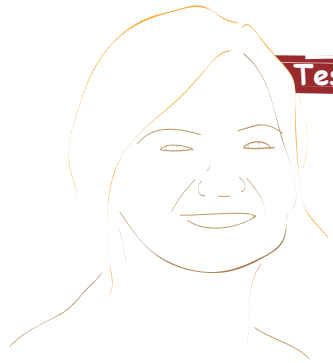
■ **Cooperació al desenvolupament.** IDEAS assisteix tècnicament per desenvolupar nous productes i millorar-ne la qualitat mitjançant tallers i cursos de capacitació al Sud. També fa activitats de difusió i educació en Comerç Just, com és el cas de campanyes per sensibilitzar sobre la situació del comerç mundial i el seu impacte en les comunitats més vulnerables.

■ **Finances ètiques.** S'han creat iniciatives com el Préstec Solidari d'IDEAS, que introdueix valors ètics en les finances, que dona suport



i enforteix projectes d'economia solidària i que ofereix garanties socials i mediambientals. A més, IDEAS és sòcia fundadora de Fi-are Sud.

Cal destacar també l'execució d'altres projectes, com el de Turisme Responsable en l'àrea Mediterrània, que tiren endavant amb altres organitzacions.



### Testimoni de Mercedes García de Vinuesa

#### Sòcia des de fa 13 anys

*“El que més valoro d'IDEAS és el seu objectiu social, perquè saps que tot el teu treball té un fi social col·lectiu no lucratiu, que estàs treballant per oferir una sortida a molts artesans/es i camperols/es que tracten de viure dignament. També valoro el fet de poder participar en la presa de decisions de l'organització, el treball en equip*

*en òrgans amb estructures horitzontals, ja que IDEAS és una cooperativa / ... /*

*Per a mi el Comerç Just i l'economia solidària són una forma d'estar en el món, de relacionar-nos amb la resta de persones i productes en termes d'equitat i de respecte, valorant altres factors i no el preu com a única variable.*

*El Comerç Just és comerciar, fer transaccions en termes de diàleg i transparència, assegurant-se que el preu cobreix com a mínim els costos de producció, assegurant-se que no hi ha explotació infantil o de gènere, i respectant el medi ambient.*

*Consum responsable és atendre les necessitats bàsiques de l'ésser humà, no les hedonistes, temporals i egocentristes que la societat del consum ens ha fet creure. Perquè és com si menyspreéssim el producte en si i no recordéssim que algú va haver de produir-lo primer”. ●*

## Impactes

### Social

- ◆ 20.000 productors i productores d'Àfrica, Àsia i Amèrica Llatina es beneficien del treball realitzat per mitjà dels diversos programes de Comerç Just i cooperació internacional
- ◆ 6 ciutats espanyoles aconsegueixen ser reconegudes per les seves conductes responsables en Comerç Just
- ◆ Creació de consciència en les administracions públiques sobre les seves polítiques de compres
- ◆ S'incorporen nous productes amb valor social afegit
- ◆ Important treball en xarxa en els àmbits nacional i internacional

### Econòmic

- ◆ Dos milions d'euros d'ingressos anuals
- ◆ 90% de les vendes es canalitzen per botigues de Comerç Just
- ◆ 98% de la font de finançament prové de les finances ètiques
- ◆ Sistema propi de finances ètiques

### Personal

- ◆ Estructura participativa de l'organització
- ◆ Forta implicació personal en l'objectiu de la cooperativa



### Mediambiental

- ◆ Els productes incorporen les dimensions ambientals, com el cas de la línia que es comercialitza sota la marca bio&justo

### Gènere

- ◆ En treballar en el marc dels principis del Comerç Just, es potencia l'equitat de gènere en les experiències amb què es manté una relació directa o indirecta.

# Conclusions

Què tenen en comú les experiències presentades? És que hi ha alguna cosa que comparteixin aquests exemples, tot i els diferents ambients on han estat creats i desenvolupats? I en tot cas, què justifica les seves inclusions en una publicació que té per objectiu mostrar com una altra economia és possible, fins i tot en el context d'una forta globalització capitalista? Anem a pams tractant de respondre a aquestes preguntes.

## UN ALTRE TIPUS D'EMPRESSES

Comencem per allò que, al nostre parer, és el problema majúscul de l'activitat empresarial tal com actualment la concep bona part de l'acadèmia, així com entre la majoria dels economistes i administradors d'empreses guiats pels paradigmes més usuals i que tantes conseqüències han portat a partir de la més recent crisi econòmica mundial. Ens referim al cas que les persones ens comportem de manera freda, racional, calculadora i egoista en totes les nostres relacions socials, incloent-hi les relacions econòmiques. Sota aquest paradigma del mal anomenat *homo oeconomicus*<sup>34</sup>, s'ha constituït i conformat un especial tipus d'empresa, l'empresa capitalista maximitzadora d'utilitats. Així com l'economia en el seu conjunt es veurà beneficiada si cada un de nosaltres ens comportem de manera egoista, diuen els partidaris d'aquestes fórmules imperants, tot el mercat i les persones que hi participen es veuran beneficiades si les empreses guien els seus negocis

procurant la màxima rendibilitat possible. En aquest esquema, profundament equivocat, no hi ha lloc per a l'argument ètic. I no hi ha lloc per a qui en queda al marge, exclòs, desplaçat, desamparat pels mateixos mecanismes econòmics que generen riquesa però no la distribueixen. Així doncs, la pobresa passa a ser un obstacle per al desenvolupament empresarial; la desocupació és vista com una bona fórmula per obtenir força de treball a canvi d'engrunes, la cura del medi ambient és només atesa si es constitueix en un nínxol de mercat. El mercat passa a ser com la selva i les empreses han de comportar-se com animals salvatges on el més fort i astut es menja els altres.

Aquesta visió de l'economia i dels negocis, però, forma part d'un discurs que ja comença a fer aigües. Les noves cultures econòmiques també s'han obert pas i han proposat alternatives viables. Ho han fet de la mà d'un discurs nou i esperançador, cert, però també i majoritàriament a través d'un conjunt de pràctiques que en els fets demostren que **l'empresa no és tan sols una organització que pretén maximitzar el capital** amb el qual s'inicia i contracta la resta dels factors, on es distingeix un agent decisor d'un altre executor. No, **l'empresa també pot ser una organització democràtica**, pot ser una organització basada en el treball, que persegueixi un bé social, que es demostrï reeixida en el marc de certs principis i valors. I això és justament el que tenen en comú les 15 experiències analitzades. Per dir-ho d'una

altra manera, són exemples que demostren la necessitat d'identificar un model d'empreses solidàries, per distingir-lo del model d'empreses capitalistes.

Notem que **cap de les experiències que presentem no es va constituir per perseguir la maximització dels seus guanys**. En la història de cadascuna trobem que **hi ha raons socials o ambientals**, un conjunt de principis, alguna idea força amb projecció social que mou l'acció empresarial. S'intenta respondre a un problema social i l'organització empresarial es munta per a aquests propòsits. Així, per exemple, **Le Grafeh** es constitueix per donar una solució social i ambiental al problema de les bosses de plàstic, **El Salinerito** es funda per generar un procés de desenvolupament inclusiu en una localitat submergida en la pobresa; **Fiare** neix per donar una solució ètica al problema del finançament.

## PARTICIPACIÓ I DEMOCRÀCIA

Seguint amb les diferències respecte al model imperant d'empresa, diguem que cap de les experiències presentades no es caracteritza per constituir-se sobre la base del capital i usualment **trenquen la clàssica divisió entre decisors i executors** pel que fa a les relacions laborals. Més aviat, es tracta d'empreses basades en la solidaritat dels seus integrants i **busquen la participació més plena possible**, ja sigui mitjançant les clàssiques fórmules cooperatives o mitjançant altres figures jurídiques que també permetin una participació igualitària i democràtica. Així, posem per cas, **RESOPP** al Senegal ha aconseguit reunir milers de famílies productores sota un sistema participatiu; **el Sistema Nacional de Comerç Just i Solidari** va ser construït al Brasil mitjançant un intens treball participatiu en tots els racons del país, mentre que **Landare** involucra a la seva base

social no solament en les tasques de gestió sinó també en les de treball voluntari com a mitjà per aconseguir més implicació.

## IMPACTES POSITIVS

Són empreses que **s'enorgulleixen dels seus èxits socials abans que dels comptables**. Aquests últims són fonamentals per assegurar la seva continuïtat en el mercat, però no guien la seva operativa. Per això hem optat per incloure al final de cada cas un quadre que resumís els seus èxits en diversos àmbits, com ara que l'economia solidària està demostrant operar amb singular força en matèria d'**equitat de gènere**, donant més oportunitats a les dones en aquells contextos socioculturals on predomina encara certa cultura masculista. El cas de **Gone Rural**, com empenedoria que genera ingressos estables per a dones artesanes al mateix temps que canalitza el 30% dels ingressos a programes educatius i de salut, n'és un exemple. Lluitadores socials com l'Antonia a **Asarbolsem** (Bolívia) o Haoua a **Le Grafeh** (Burkina Faso) es multipliquen per milers i confirmen que la desigualtat sexual, pròpia tant de l'economia capitalista com de l'estatal, es troba obertament amenaçada en l'economia popular solidària, ja que aquesta s'inspira en principis equitatius. El mateix passa amb les **dimensions ambientals**. En moments tan crítics respecte a fenòmens com el canvi climàtic, la desertificació o l'increment dels nivells de contaminació ambiental, l'economia solidària està demostrant actuar de manera precisa i concreta. Des de les aportacions productives de les **Cuines Col·lectives de Mali**, passant per l'encadenament per produir cotó ecològic a l'Argentina o els esforços de **Som Energia** per reunir milers de llars amb accés a energies renovables, observem una presència protagonista d'aquestes dimensions ambientals, ja no com mera moda a l'estil de diverses estratègies de màrqueting d'un altre tipus d'empreses, sinó com a veritable compromís per fer del nostre un món millor. Així doncs,

34 Si per "homo oeconomicus" entenem a una "racionalitat humana econòmica", llavors hauríem de concloure que aquesta pot ser egoista o solidària; individualista o comunitària. És a dir, el camp d'allò econòmic no ha de quedar reduït a la mera recerca del lucre o benefici personal. Sobre el concepte de l'economia sota un paradigma més integral Cfr. Guerra, Pablo: *Socioeconomía de la Solidaridad*, Montevideo, Nordan, 2002.

l'economia solidària és una alternativa a aquell model de creixement que o bé no es pregunta sobre les conseqüències ambientals o bé les pretén minimitzar argüint certa actualització respecte a les modes empresarials actuals.

És en l'entrecruament de les variables socials i ambientals que notem una gran contribució d'aquests formats empresarials en aplicar **noves tecnologies socials** per resoldre de forma empresarial i comunitària diverses problemàtiques, innovant en propostes, productes, processos o procediments. Justament una de les característiques més notables de l'economia solidària és la innovació en l'aplicació d'aquest tipus de tecnologies que dóna lloc, per exemple, a processos de reutilització de deixalles urbanes, a la creació de productes i serveis nous, a l'activació socioeconòmica de sectors exclosos o vulnerables, i que genera mecanismes per revaloritzar cultures i coneixements populars i autòctons, produint, manufacturant i comercialitzant béns amb valor socioambiental agregat, etc. És a dir, l'economia solidària crea tecnologia social apropiada segurament amb un dinamisme molt superior en comparació dels altres sectors de l'economia. Són noves organitzacions que generalment no responen als vells paradigmes de la producció, sinó que es mostren actives en la recerca de solucions col·lectives per a aquests grans nous problemes de la societat.

### TREBALL EN XARXA

Les ensenyances d'aquests exemples es multipliquen. Per exemple, la importància que té el treball en xarxa per **amplificar els bons resultats, unir esforços i compartir recursos**. L'economia solidària és un projecte col·lectiu de canvi emmarcat en un context economicopresarial on imperen altres valors. Això obliga a la intercooperació i la creació de circuits solidaris. Per exemple, l'experiència de Comerç Just al Brasil només s'explica en el marc d'un moviment d'economia

solidària més ampli que li dóna suport i el no-dreix d'actors econòmics. L'experiència de la Red Comal és justament producte del creixement en xarxa, identificant actors potencials per estendre el projecte col·lectiu. El ràpid creixement de **FIARE** a l'Estat espanyol, que coincideix amb la crisi del sistema financer arreu del món, només pot ser comprensible per l'ànim de sumar institucions i organitzacions del sector solidari, en una lògica alhora inclusiva i federativa, la qual cosa li permet créixer en extensió però al mateix temps assolint un fort arrelament territorial. En altres àmbits, els vincles Sud-Nord apareixen també en les experiències (per exemple, la tasca **d'IDEAS** fomentant el Comerç Just amb diverses cooperatives del Sud, o de la **CTS** unint esforços entre Itàlia i Argentina) i generen interessants teixits de solidaritat. **El paper de les campanyes, tant per qüestionar certes pràctiques comercials o per fomentar el consum responsable**, com per cooperar amb determinades causes nobles, **també són part d'aquesta economia solidària**.

### LES PERSONES COM A PRIORITAT

Com es pot observar, són iniciatives que posen en el centre la persona humana abans que al capital. Si ens aturem a analitzar els seus plans estratègics, trobarem sempre la presència d'aquesta centralitat de la persona, un dels aspectes doctrinals fonamentals de l'economia solidària. En els testimonis recollits es pot observar l'impacte de les diferents experiències en les treballadores i els treballadors. A diferència de les empreses capitalistes que esmenten en les seves missions i visions els aspectes referits al lucre esperat per part dels accionistes, en l'economia solidària el protagonisme l'assumeixen valors com la inclusió social, la protecció ambiental, el dret al treball o el desenvolupament de sectors vulnerables, entre d'altres. Aquests aspectes de referència ètica són els que combinats amb determinats models participatius de

gestió donen lloc a experiències que es mostren veritablement alternatives, encara des del nivell micro, i que acaben motivant especialment als treballadors i les treballadores involucrades.

### ORÍGENS

Respecte als seus moments fundacionals, vèiem en el capítol II com algunes experiències es constitueixen **motivades per la força de la convicció**, mentre que d'altres ho van fer **urgides per la força de la necessitat**. Analitzant les experiències recollides aquí, podem observar una presència superior de la vessant de la convicció, és a dir, experiències pensades des dels seus inicis per posar en pràctica valors alternatius. Els **Fonds Afrique**, per exemple, es constitueixen per canalitzar els valors solidaris en el terreny de la cooperació financera. El vessant de la necessitat, però, també és present en algunes experiències. El cas d'**Asarbolsem** a Bolívia, per exemple, va ser iniciat per donar una solució laboral a una població exclosa. La seva estructura participativa i de valors es va generar després, a mesura que l'organització es va anar desenvolupant. Les **empreses recuperades** que

integren la CTS a Argentina constitueixen un altre cas similar: no van ser creades per posar en pràctica els valors de la cooperació, sinó que van ser el resultat d'una crisi enorme que va posar els treballadors i treballadores entre l'espasa i la paret, és a dir, o autogestionaven l'empresa o engrossien la massa d'aturats. Els casos analitzats de l'Estat espanyol, activats més des de l'àmbit del consum que des de la producció, s'orienten més cap al vessant de la convicció. Aquesta superior **activació econòmica des del pla del consum**, més típica del cas europeu, contrasta amb les experiències africanes i llatinoamericanes, més actives **en el terreny de la producció**. Aleshores sorgeix, des d'aquest punt de vista, la importància de posar en pràctica, per exemple, experiències productives més grans al Nord i pràctiques més nombroses de consum responsable al Sud. Això, tot i reconèixer casos com la **Red Koopera**, de forta arrel productiva (Estat espanyol) i **Faces de Brasil** amb un fort accent en el consum responsable.

Vegem algunes de les característiques de les iniciatives seleccionades en aquest quadre-resum:

### ÀFRICA

Organització	Motivació	Instrument principal	Model de gestió
<b>Woiyo Kandeye - Cuines col·lectives de Mali.</b> Mali	Millorar les condicions de vida i d'alimentació de les dones	Cuines col·lectives / ús de productes locals	Associació civil complementa accions amb cooperativa de treball
<b>Le GAFREH</b> Burkina Faso	Reciclatge de bosses de plàstic i promoció de la dona en l'economia local	Sistema de recollida de bosses i transformació en artesanies	Associació de Dones Artesanes
<b>Fonds Afrique. Seu a França, Benín, Burkina Faso, Camerún, Congo i Senegal.</b>	Solidaritat financera internacional	Fons d'estalvi	Xarxa entre cooperativa Garrigue, associació Tech-Dev i entitats d'emprenedoria social
<b>Gone Rural</b> Swazilàndia	Crear llocs de treball per a dones de les comunitats rurals	Empresa de treball artesanal	Empresa social genera ingressos i organització sense ànim de lucre complementa accions socials
<b>RESSOP</b> Senegal	Millorar qualitat de vida dels comperols/es	Cooperatives rurals	Unió de Cooperatives amb diverses instàncies participatives

## LLATINOAMÉRICA

Organització	Motivació	Instrument principal	Model de gestió
<b>Red Comal Hondures</b>	Millorar la qualitat de vida dels camperols mitjançant l'economia solidària	Xarxa de formació, producció i comercialització	Associació d'organitzacions de petits productors i productores
<b>Cadena Tèxtil Solidària Argentina</b>	Promoure l'economia solidària i el Comerç Just mitjançant un procés productiu articulat i complet del cotó	Encadenament des de la matèria primera fins al producte final	El projecte coordina les diferents baules de la cadena (persones productores, cooperatives, tallers)
<b>Faces de Brasil Brasil</b>	Promoure i potenciar el Comerç Just al Brasil	Sistema Nacional de Comerç Just com a política pública	Plataforma d'Entitats de Comerç Just i Economia Solidària
<b>ASARBOLSEM Bolívia</b>	Superar la pobresa mitjançant un treball digne i solidari	Producció i comercialització associativa	L'associació consta de 19 grups productius
<b>El Salinerito Equador</b>	Crear sortides associatives per als problemes socials i econòmics de la localitat	Conjunt de cooperatives i associacions productives	Ens corporatiu que agrupa cooperatives, associacions, fundacions i centres productius

## ESTAT ESPANYOL

Organització	Motivació	Instrument principal	Model de gestió
<b>SOM Energia Catalunya</b>	Proveir electricitat verda 100% renovable a les llars	Cooperativa de consum	Cooperativa amb comissions de treball molt actives
<b>Landare Nafarroa</b>	Oferir una alimentació sana i accessible a les persones consumidores responsables	Botiga ecològica	Associació de consumidors/es amb alta implicació de socis
<b>IDEAS S.C.A. Andalusia</b>	Desenvolupar el Comerç Just, l'economia solidària i el consum responsable	Programes de comercialització, sensibilització i incidència	Cooperativa inserida en diverses xarxes de treball nacionals i internacionals
<b>Red Social Koopera Euskadi</b>	Inserció socio-laboral de col·lectius vulnerables	Conjunt de cooperatives i empreses d'inserció	Xarxa agrupa entitats sòcies per tirar endavant tasques comunes
<b>FIARE Estatl</b>	La transformació social mitjançant una banca ètica	Banca ètica amb tots els serveis financers solidaris	Xarxa de persones i organitzacions Sòcies territorials independents i autoorganitzats segons les seves necessitats

Com es pot observar, tant pel que fa a motivacions, com a instruments i models de gestió, aquestes variades experiències demostren que altres formats empresarials són possibles, com és possible també una altra economia.

## REPTES

Aquí, però, és convenient fer dos aclariments. El primer és que aquestes i altres experiències de l'economia solidària no tenen assegurat l'èxit pel simple fet de constituir-se sota la ins-

piració de valors elevats. Són unitats econòmiques que s'han de **mostrar eficients davant la base social i del mercat en l'assoliment dels seus objectius**. Si bé als efectes d'aquesta publicació hem decidit mostrar casos que majoritàriament des de fa un temps demostren la seva eficiència (social i ambiental, a més d'econòmica), certament hi ha una àmplia llista de casos dins l'economia solidària que no han reeixit o que encara funcionen de manera molt precària. Les raons poden ser diverses: empreses que no van aconseguir consolidar

un grup humà solidari i cooperatiu, altres que no van aconseguir desenvolupar un bon pla de negocis, algunes que no es van poder mostrar competitives davant regles de joc pensades per a l'empresari capitalista, les que van naufragar per no poder solucionar participativament les seves diferències internes, per no oferir productes o serveis diferenciats, per no comptar amb recursos financers, etc. Així veiem com raons comercials, estratègiques, financeres, de gestió o simplement humanes també acaben amb bonics projectes empresarials associatius i solidaris. Ni més ni menys que allò que passa amb qualsevol altra iniciativa econòmica, qualsevol que en sigui l'orientació.

Segon aclariment: l'economia solidària contribuirà al canvi social si aconsegueix que aquests instruments, valors i racionalitats que operen a escala microeconòmica, es traslladin també a **escala macroeconòmica** i, fins i tot, a la definició del model de desenvolupament a què aspirem en els nostres països. Si des dels Estats no hi ha polítiques que tendeixin a la solidaritat econòmica, el que puguin fer les organitzacions des dels nivells micro i meso econòmic serà sempre relatiu. Necessitem **sòlides polítiques públiques** que discriminin positivament les economies solidàries, però que a més impulsin la justícia distributiva, afavoreixin el desenvolupament endogen, regulin l'activitat de les megacorporacions, canviïn el paradigma de l'explotació primària per un altre que contingui més producció sostenible amb valor afegit, afavoreixin les inversions en tecnologies apropiades, indiquin el decreixement en certes àrees productives i el creixement en altres, eduquin en el consum responsable i promoguin la democràcia en totes les seves manifestacions. Seran necessàries les **regulacions a escala internacional**, que afavoreixin els intercanvis sobre la base de sistemes financers solidaris, castiguin les transaccions espe-

culatives i permetin una més gran integració regional mitjançant encadenaments productius del sector solidari.

Dit amb altres paraules: el veritable canvi social i econòmic que exigeixen els temps actuals s'ha de generar des de baix, des de les experiències que ja demostren que aquest canvi no és mer discurs. Però ha d'avançar cap a dimensions més complexes. Les capacitats d'incidència de les experiències locals es troben molt limitades en el marc de polítiques i projectes de desenvolupament que responen a una mirada diferent, per exemple, mirades excloents, concentradores i explotadores del medi ambient. Caldrà avançar en aquest sentit, cap a un **model de desenvolupament inclusiu, democratitzador, sostenible socialment i ecològicament**. Atendre, per exemple, a què és el que passa amb les grans discussions mundials, regionals i nacionals sobre comerç, cooperació internacional, blanqueig d'actius, integració econòmica, paper de les monedes, regulació i tributació, polítiques de reactivació econòmica, canvi climàtic, desigualtat creixent.

Sens dubte, res d'això no serà veritablement transformador si només es treballen les dimensions econòmiques, ja que en el fons hi ha problemes culturals que expliquen els comportaments socioeconòmics. L'economia és el resultat de pràctiques establertes els plans social i cultural, pràctiques que caldrà anar reconstruint amb un sentit més comunitari.

El repte és enorme. Els canvis han d'operar en totes les dimensions possibles perquè la crisi és sistèmica. Aquestes mirades globals per a una altra economia tenen, en aquest sentit, un rol actiu i clau d'exercir al costat de tantes altres mirades. Perquè com diu Don Hélder Câmara,

*“quan somies sol, sols és un somni,  
quan somies amb altres,  
és el començament de la realitat”.*

## Bibliografia

- AT Kearney (2009): *The Shifting Geography of Offshoring*, Chicago, a <http://www.atkearney.com/index.php/Publications/global-services-location-index-gsli-2009-report.html> (Recuperat el març de 2012).
- Beck, U. (1998): *¿Qué es la globalización? Falacias al globalismo, respuestas a la globalización*, Barcelona, Paidós.
- Bezerra, J. (2001): "Políticas económicas, ideológicas y dimensión Geocultural", París, Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme i Aliança per un món responsable, plural i solidari.
- Castells, M. (1998): *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*, Madrid, Alianza.
- Chonchol, J. (1996): "Globalización y neocolonialismo", Reflexión y Liberación, Santiago de Chile, a <http://www.servicioskoinonia.org/relat/184.htm> (Recuperado en Febrero de 2011).
- Ciriec (2000): *Economía Social y empleo en Europa*, Madrid, Ciriec España.
- Comune di Roma (2004): "Cosa è l'altra economia", Roma.
- Coriat, B. (1997): *Los desafíos de la competitividad*, Bs. As., UBA.
- GRUPO DE LISBOA (1996): *Los límites a la competitividad. Cómo se debe gestionar la Aldea Global*, UNQui/Sudamericana, Buenos Aires.
- FBES (2009): "Carta de Principios", a [http://www.fbes.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=63&Itemid=60](http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=60). (Recuperat el maig de 2010).
- Guerra, P. (2002) *Socioeconomía de la Solidaridad*, Montevideo, Nordan.
- Guerra, P. (2000) *Haciendo la Calle*, Montevideo, Nordan.
- Hinkelammert, F. (1998): *El grito del sujeto*, Costa Rica. DEI.
- Husson, M. (2011): "¿Crisis de las finanzas o crisis del capitalismo", a <http://hussonet.free.fr/denknesp.pdf> (Recuperat el febrer de 2012).
- Razeto, L. Et al (1990): *Las Organizaciones Económicas Populares 1973 - 1990*, Santiago, PET, tercera edició ampliada.
- SETEM (2011): "De un comercio esclavo a un comercio justo", Revista N. 20, Desembre de 2011.
- Suppan, S. (2008): "Especulación en las bolsas de materias primas. Riesgos a la seguridad alimentaria y a la agricultura", IATP, a <http://www.iatp.org/iatp/publications.cfm?accountID=451&refID=104414> (Recuperat l'abril de 2012).
- Tribunal Permanent dels Pobles (2010): "La Unión Europea y las ETN en América Latina", Madrid, a [http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict\\_es.pdf](http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict_es.pdf) (Recuperat el març de 2012)
- Vitali, S. Glattfelder, B. and Battiston, S. (2011): "The network of global corporate control", a [http://arxiv.org/PS\\_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf](http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf) (recuperat el febrer de 2012).
- Zubero, I. (2001): "Entre la globalización económica y el nacionalismo político: el espacio de una nueva sociedad civil mundial, en Pérez Adán (comp): *Las Terceras Vías*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.

## Sobre SETEM

SETEM som una federació de **10 ONG de solidaritat internacional** nascuda el 1968 que centra el seu treball independent en conscienciar a la nostra societat de les desigualtats globals, denunciar les seves causes i promoure **transformacions socials, individuals i col·lectives, per aconseguir un món més just i solidari.**

Els nostres camps d'actuació són:

- La **sensibilització i formació** a través de cursos, viatges, tallers, publicacions i campanyes.
- La **promoció d'alternatives**, com el Comerç Just i l'Economia Social i Solidària, amb campanyes, programes especialitzats i venda de productes.
- La **solidaritat amb organitzacions del Sud** mitjançant intercanvis i activitats de cooperació.

SETEM forma part de la Coordinadora d'ONG per al Desenvolupament d'Espanya (CONGDE), Coordinadora Estatal de Comerç Just (CECJ), Xarxa BankTrack, Clean Clothes Campaign i la Xarxa Economia Solidària (REAS-XES).

*Setem* **Amarante**  
T 981 584 713    central@amarantesetem.org

*Setem* **Andalucía**  
T 958 81 89 38    andalucia@setem.org

*Setem* **Aragón**  
T 976 44 07 65    aragon@setem.org

*Setem* **Catalunya**  
T 93 441 53 35    catalunya@setem.org

*Setem* **Comunitat Valenciana**  
T 96 315 35 05    setemcv@setem.org

*Setem* **Extremadura**  
T 622468220    setemex@pangea.org


*Setem* **Hego Haizea**  
T 945 12 07 46    euskadi@setem.org

*Setem* **MCM**  
T 91 549 91 28    madrid@setem.org

*Setem* **Nafarroa**  
T 948 27 57 20    nafarroa@setem.org

*Setem* **Rioja**  
T 941 24 58 01    rioja@setem.org

**www.setem.org**



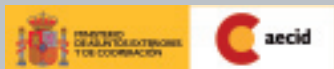
No és pas que una nova economia diferent de la capitalista sigui possible, és que ja existeix: és l'Economia Social i Solidària.

En comptes de cercar el lucre com fa l'economia dominant, són pràctiques que persegueixen satisfer necessitats. En comptes d'organitzar-se de manera autoritària, a l'entorn de la propietat del capital, ho fan de manera democràtica i situant com a centre el treball humà.

### Mirades globals **per a una altra economia**

En el context actual de crisi del sistema, retallades socials, depredació del medi i explotació humana ens sembla especialment útil i important seguir mostrant que hi ha moltes altres maneres de gestionar la societat i l'entorn. Està passant i ho estem fent. Esperem comptar amb tu.

Amb el suport de:



Llegeix aquesta publicació en el teu dispositiu mòbil

