



# Hacia otro mundo posible: Economía solidaria y Comercio Justo.

## Introducción

En diferentes momentos y lugares, el Comercio Justo y la Economía Solidaria han nacido y se han desarrollado con el propósito de crear nuevos modelos económicos involucrando, principalmente, a pequeños productores y productoras, históricamente desfavorecidos.

Estos modelos proponen una mirada crítica al dominante – que se rige exclusivamente por la búsqueda de la producción, la rentabilidad y el consumo sin límites –, dando mucha importancia a los aspectos sociales, ambientales y culturales, incluyendo la ética y los valores en las cuestiones económicas. Por eso, son también propuestas alternativas de sociedad.

Latinoamérica, marcada por persistentes desigualdades que producen pobreza, exclusión, deterioro ambiental y otros desequilibrios, es un escenario propicio en el que ambos movimientos, tanto en sus definiciones como en sus prácticas, crecen y se difunden en forma dinámica y creativa, articulándose y complementándose mutuamente.

Las nociones de Comercio Justo y Economía Solidaria nos proponen alternativas frente a las inequidades, el individualismo y la exclusión; recrean la esperanza de recuperar el valor del “ser de las personas” antes que del “tener”; y nos fortalecen en la certeza de que un mundo más equitativo, solidario y sustentable es posible y se está construyendo.

## Movimientos emergentes

Las expresiones organizacionales de ambas nociones no son homogéneas: existen distintas organizaciones, asociaciones y redes que, de forma heterogénea, buscan ejecutar sus principios. Puede decirse que los movimientos de Economía Solidaria y Comercio Justo, son movimientos emergentes en América Latina, más aún en el Paraguay.



## **Antecedentes de la Economía Solidaria**

La solidaridad es un valor presente en los seres humanos desde el origen de las sociedades. Los pueblos originarios de Paraguay tienen numerosos ejemplos de esta práctica, particularmente en la economía. A modo de ejemplo, cabe destacar que estos pueblos disponían de territorios en los cuales podían vivir manifestando su cultura en armonía con la naturaleza; la caza era una actividad económica que proveía de sustento a la comunidad, mientras que la agricultura era realizada respetando los ciclos naturales y sin desgastar los nutrientes del suelo.

En las culturas de los pueblos originarios, los cazadores proveían de carne a la comunidad de acuerdo a las necesidades de cada familia, teniendo en cuenta sus el número y las edades (niños, adolescentes, adultos, ancianos), así como el estado de sus miembros (embarazo, enfermedad, etc.), asignando, en base a tales criterios, cortes específicos del alimento proteico.

Por otra parte, debe destacarse que en las comunidades occidentales existen experiencias de Economía Solidaria, aunque no siempre les demos esa denominación. Por ejemplo, las



mingas: éstas son actividades colectivas, generalmente comunitarias, que apuntan a un objetivo concertado: limpiar un espacio público, hacer una huerta, construir un aula, limpiar el barrio, son actividades que nos resultan familiares porque, o hemos participado o presenciado alguna de ellas.

Las mingas, generalmente, son impulsadas por organizaciones como las comisiones vecinales o asociaciones de base, que son algunos de los modelos posibles de organizaciones de Economía Solidaria, es decir, organizaciones que promueven actividades económicas buscando un bien común, a través de acciones solidarias.

Estas organizaciones apuntan a ser democráticas, participativas y basadas en valores como la solidaridad, la ayuda mutua, la reciprocidad, el respeto y la equidad.

Existen diversos modelos de organizaciones que comparten prácticas económicas solidarias, y, de acuerdo a las realidades particulares de cada caso, adquieren características propias.

Uno de estos modelos es el cooperativo, muy difundido en nuestro país y en el mundo. En Argentina, por ejemplo, se han desarrollado diversas experiencias en torno a las fábricas recuperadas por los trabajadores; en Uruguay y en Brasil se han desarrollado “Emprendimientos Productivos”, esto es, experiencias asociativas que definen colectivamente su organización y la distribución de sus ingresos, aunque en muchos casos no están formalizadas.

En los años 80, signados por profundas crisis políticas y económicas, que acompañaron a las dictaduras latinoamericanas de esa época, un grupo de investigadores de Chile, liderado por **Luis Razeto**, comenzó a identificar experiencias económicas surgidas de estos pueblos, para hacer frente, en solidaridad, a las duras condiciones socioeconómicas en las que se encontraban.

Hacia los años 90, por otra parte, estudiosos de otros países se suman a estas investigaciones, destacándose, entre ellos, **José Luis Coraggio** (Argentina) y **Marcos Arruda** (Brasil), englobando en el término “Economía de la Solidaridad”, a todas las actividades identificadas que tenían estas características.

Actualmente, la Economía Solidaria en Latinoamérica ha logrado conformar un movimiento integrado por redes de varios continentes, vinculándose, a la vez, con el Movimiento de Comercio Justo.

Hoy, ambos movimientos promueven actividades económicas desde valores que priorizan a las personas y el ambiente por encima de los intereses monetarios.

### Definiciones de Economía Solidaria

---

Un modo especial y distinto de hacer economía en cada una de sus fases (producción, distribución, consumo y acumulación), que, por sus características propias, consideramos alternativas respecto de los modos capitalistas y estatistas predominantes en los mercados determinados.

La economía social y solidaria está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana. Incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas creadas para

---



Pablo Guerra, Uruguay



responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía.



Encuentro Lima + 10

“La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad”.

Luis Razeto, Chile

Es una economía centrada en la reproducción del trabajo y no en la acumulación del capital”.

José Luis Coraggio, Argentina

### El patrimonio cultural y la Economía Solidaria

Las prácticas de Economía Solidaria constituyen expresiones fundamentales del patrimonio cultural de los pueblos. El mismo origen ancestral de muchas prácticas da cuenta de este enunciado, pero, a la vez, de la multiplicidad de experiencias que, comunidades y colectivos, ensayan como respuesta a las consecuencias negativas de un modelo económico injusto y excluyente.

El reconocimiento de esta conexión es un hecho político, ya que significa, por una parte, la toma de conciencia del valor, tanto económico, como cultural, de los esfuerzos comunitarios y sociales; pero también la potencialidad que tiene la cultura local: esa trama de prácticas y



significados, gestados y sedimentados a lo largo del tiempo, que, además de identidades, guardan semillas de cambio.

Representantes de diversas organizaciones de Latinoamérica, aglutinados en el Foro Internacional “Cultura y Economía Solidaria, Patrimonio de los Pueblos” (Paraguay, noviembre, 2011), afirmaron a “la Economía Solidaria como una propuesta de transformación social en construcción, que reconoce y valora los conocimientos, saberes y la espiritualidad de los pueblos, colocando al centro el desarrollo integral de hombres y mujeres en un marco ético y político de dignidad, autogestión y reciprocidad. Del mismo modo, reconocemos y asumimos que el desarrollo de esta economía solidaria implica impulsar políticas inclusivas y emancipadoras para la defensa de la autonomía, soberanía y el buen vivir (Sumak Kawsay) de los pueblos”

### **El factor "C": presencia protagónica en experiencias de Economía Solidaria:**

Toma su nombre de la letra inicial de palabras vinculadas con estas prácticas, entre ellas cooperación, colectivo, comunidad, colaboración, entre otras; y hace referencia al aporte diferencial que las prácticas solidarias otorgan a la actividad económica emprendida, gracias a este elemento.

Para la economía convencional los principales recursos o factores económicos son el capital y el trabajo, distinguimos aquí recursos de factores, entendiendo a recursos como fuerzas materiales o inmateriales potenciales, disponibles en la naturaleza y las sociedades; y a factores como fuerzas materiales o inmateriales que están participando del emprendimiento económico o empresa.

Específicamente sobre el Factor C, es el valor que aporta la solidaridad a la actividad económica potenciando sus resultados. Razeto dice: “*solidaridad es una fuerza económica, un factor de alta eficiencia y productividad. Nosotros formalizamos esta noción, acuñando el concepto del "Factor C". Es un nuevo factor que integrar a los modelos y análisis económicos, junto al trabajo, el capital, la tecnología, etc. Si en cualquier empresa, hasta en las más grandes y modernas, se pusiera o incrementara la solidaridad, con seguridad sería más productiva y eficiente. Si en el mercado hubiera más solidaridad, el mercado sería más perfecto y funcionaría de mejor manera. Si en las políticas públicas y en las decisiones económicas del estado hubiera mayores dosis de solidaridad, esas políticas serían mejores y sus resultados más eficientes. Esa es la fuerza del "factor C".*



## La Economía Solidaria y el Estado

La Economía Solidaria no es responsable de atender los baches que promueve la falla del mercado capitalista. La economía social no es una economía para personas en situación de pobreza. Es una economía política que promueve un componente cultural clave en cuanto a nuevas formas de relacionamiento entre los actores sociales y entre ellos con los Estados. No es subsidio para pobres, no es promover la “sobrevivencia”, implica, por el contrario, un nuevo modelo de desarrollo: su promoción, por parte del Estado, comporta varios mecanismos, como por ejemplo, la compra pública a través de la cual puede favorecerse a pequeños productores.

El reconocimiento de la Economía Solidaria por parte del Estado implica, también, la apertura a diferentes modelos de hacer economía, lo cual es consonante con una visión plural de las sociedades. En tal sentido, es notorio el atraso de las políticas públicas de Paraguay respecto a otros países de la región.

El impulso de políticas públicas de promoción y afirmativas en el campo de la Economía Solidaria ayudará a que las experiencias existentes, muchas veces gestadas desde procesos comunitarios y de autogestión, puedan consolidarse y madurar: en Argentina, ante la ausencia de políticas y programas públicos, muchas empresas recuperadas, por ejemplo, con el tiempo, inclusive luego de interesantes resultados, fueron absorbidas (nuevamente) por el mercado tradicional.

Modalidades de fomento por parte del Estado

- Compras públicas
- Monotributo Social
- Marca colectiva
- Microcrédito
- Subsidios para ferias nacionales y locales
- Capacitación

## COMERCIO JUSTO

### Antecedentes

El Comercio Justo se origina en América del Norte y Europa a mediados de 1900, en respuesta a las desigualdades generadas por el comercio internacional. Fue impulsado por organizaciones sociales privadas. En 1946 Ten Thousand Villages (antes Self Help Crafts), de Estados Unidos, inicia sus importaciones de bordados de puerto Rico, al tiempo que SERRV International, también de Estados Unidos, lo hace con varias comunidades pobres. En 1958 se abre la primera tienda de Comercio Justo en ese país. Posteriormente, en 1964, Oxfam de Reino Unido abre la primera tienda de Comercio Justo.

En sus primeros años, el desarrollo del Comercio Justo no fue muy formal. Estuvo basado en el trabajo de voluntarios que aprovechaban eventos sociales para realizar la venta de productos importados. En 1967, en los Países Bajos se crea la primera importadora S.O.S Wereldhandel (ahora llamada Fair Trade Original), mientras que en 1969 se abren las primeras tiendas en Bélgica y Holanda.



Gradualmente, el Comercio Justo se constituyó en una alternativa al comercio convencional para los productores y productoras de los países más pobres (del Sur), porque promovió relaciones comerciales transparentes y de largo plazo, regidas por criterios socioambientales y no sólo económicos.

### **Comercio, no Ayuda ('Trade, not Aid')**


En la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) celebrada en Ginebra en 1964, gobiernos de países en vías de desarrollo acuñaron la consigna de 'Trade, not Aid' ('Comercio, no Ayuda') para exigir que los países industrializados abrieran sus mercados a los productos agrícolas provenientes del sur.

La noción de Fair Trade o comercio justo —en contraste con la consigna liberal decimonónica de *free trade* o comercio libre— hace referencia al esfuerzo de un vasto, variado y creciente número de organizaciones y colectivos en distintas regiones y países del mundo cuyo objetivo principal es disminuir los problemas de pobreza y marginación de millones de productores primarios en los países en desarrollo.

La expresión 'comercio justo' está asociada con dos ideas diferentes. Por un lado, funciona como significante de un esfuerzo global para generar relaciones comerciales que redunden en el pago de precios justos para productos de países en vías de desarrollo. Por el otro, sirve para designar al sello nacional que se encarga de darle viabilidad a este esfuerzo.

Su premisa básica es que se puede beneficiar a los productores al reducir la intermediación y crear vínculos directos con los consumidores del norte. El comercio justo es una manera innovadora de abordar la justicia social a nivel global desde abajo y por afuera del ámbito de los gobiernos y de las agencias multilaterales. También busca modificar las pautas de consumo en países desarrollados.

Si hay que buscar un común denominador, sería que casi todas ellas ven al gobierno como principal interlocutor y destinatario de sus demandas. Son pocas las organizaciones campesinas que plantean su problemática como parte de la agenda global, lo cual explica la relativa ausencia de movimientos o acciones que rebasen las fronteras estatales.

Extraído de:  
Benjamín Arditi y Carlos Chávez Becker  
Del comercio libre al comercio justo.   
Una opción ciudadana para impulsar la equidad en las relaciones norte-sur

### **Del Norte al Sur, del Sur al Sur**

Aunque este movimiento surge en países del Norte, los países del sur (de Asia, África y Latinoamérica) fueron integrándose y empoderándose, pasando de un rol de proveedores al de miembros protagónicos del mismo, con una participación creciente en las decisiones, definiciones y propuestas.

Desde nuestros países, por lo tanto, ya no se ve al Comercio Justo sólo como una relación Norte – Sur, en la cual los países ricos importan y los países pobres producen y exportan. Actualmente, buscamos desarrollar los mercados locales y el comercio Sur – Sur, es decir,



entre países en condiciones similares, tanto de la misma región como entre regiones diferentes (América Latina – África, por ejemplo).

En Latinoamérica se ha desarrollado una especial articulación con redes de Economía Solidaria, impulsada por WFTO Latinoamérica (la sede regional de la Organización Mundial de Comercio Justo - WFTO LA); se ha conformado también un espacio INTER-REDES, mediante el cual las redes de Economía Solidaria y Comercio Justo que operan en la región se vinculan, intercambian informaciones y coordinan acciones.

La sede de WFTO-LA se encuentra en Paraguay, en la ciudad de Areguá.

#### LOGO de WFTO-LA

**Dirección:** Ricardo Pérez 917. Barrio San Miguel, Aregua, Paraguay.

**Teléfonos:** (0291) 432 696, (0291) 432 258

**Email:** secretaria@wfto-la.org

**Página Web:** www.wfto-la.org

#### Definición

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginalizados, especialmente del Sur (WFTO).



Gabriela Frers  
en el stand de  
IFAT LA /  
WFTO LA, en  
Bélgica - 2006.



Feria de  
ETFAM en  
Holanda 2009

#### 10 Principios más 1 propuesta

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) trabaja para cumplir su misión atendiendo a 10 principios. La sede latinoamericana ha adicionado una propuesta que, actualmente, se encuentra en discusión en el seno de esta organización global.

La Comunidad Internacional ha aceptado estos principios de Comercio Justo. Un claro ejemplo es que el Parlamento Europeo los recoge explícitamente en “la Resolución de 2 de julio de 1998 sobre el Comercio Justo”.

#### Los Principios:

1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica
2. Transparencia y responsabilidad (rendición de cuentas)
3. Prácticas comerciales justas
4. Pago de un precio justo
5. Garantizar que no haya trabajo infantil ni trabajo forzoso



6. **Compromiso con la no discriminación, la equidad de género y la libertad de asociación.**
7. **Garantizar buenas condiciones de Trabajo**
8. **Proporcionar la creación de capacidades**
9. **Promover el Comercio Justo**
10. **Respeto por el medio ambiente.**

**Propuesta en desarrollo:**

11. **Promoción de la Identidad Cultural**

## **Desarrollo de los principios**

### **Principio Uno: Creación de oportunidades para Productores en desventajas económicas**

La disminución de la pobreza mediante el comercio constituye una parte esencial de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginados, tengan estos negocios familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Su objetivo es que puedan pasar de la inseguridad del ingreso y la pobreza a la autosuficiencia económica y la propiedad. La organización tiene un plan de acción para llevar esto a cabo.

### **Principio Dos: Transparencia y responsabilidad (Rendición de cuentas)**

La organización es transparente en su gestión y sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus actores y respeta la susceptibilidad y confidencialidad de la información comercial suministrada. La organización encuentra la manera adecuada y participativa de involucrar a sus empleados, socios y productores en sus procesos de toma de decisiones. Se asegura de que una información adecuada sea proporcionada a todos sus socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro.

### **Principio Tres: Prácticas Comerciales Justas**

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y medioambiental de los pequeños productores marginados y no maximiza sus ganancias a costas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos en tiempo y forma. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas.

Los compradores de Comercio Justo, reconociendo los problemas financieros que enfrentan los productores y proveedores con desventajas, aseguran que los pedidos sean pagados al momento de recibir los documentos y de acuerdo con las directrices que se adjuntan. Un pago por adelantado libre de intereses, de por lo menos 50%, se hace si es solicitado.

Cuando los proveedores de Comercio Justo del Sur reciben un pago por adelantado de los compradores, ellos se aseguran de que este pago sea trasladado a los productores o agricultores que hacen o aumentan sus productos de Comercio Justo.





Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar los pedidos. Cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garantizada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega, y garantizan que una indemnización sea proporcionada cuando las cantidades entregadas y las cualidades no coinciden con las facturadas.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, confianza y respeto mutuo que contribuyen en la promoción y el acrecentamiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en una relación comercial tratan de aumentar el volumen de comercio entre ellos y el valor y la diversidad de sus ofertas de productos como un medio de crecimiento de Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos.

La organización trabaja en cooperación con las otras organizaciones nacionales de Comercio Justo y evita la competencia desleal. Se evita la duplicación de los diseños de patrones de otras organizaciones sin autorización.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños de artesanías, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

#### **Principio Cuatro: El Pago de un Precio Justo**

Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Donde las estructuras de precio de Comercio Justo existen, estos son utilizados como mínimo. Un pago justo significa la fijación de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos y que tiene en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre hombres y mujeres. Las organizaciones de Comercio Justo que se dedican a la comercialización e importación apoyan la creación de capacidades según sea requerido para los productores y que les permita establecer un precio justo.

#### **Principio Cinco: Garantizar que no haya trabajo infantil ni trabajo forzoso**

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas-ONU sobre los Derechos del Niño, y la legislación nacional/local acerca del empleo de los niños. La organización se asegura de que no exista trabajo forzoso en sus manos de obra, en la de sus miembros y/o trabajadores a domicilio.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores, ya sea directamente o a través de intermediarios, se aseguran de que no se utilice trabajo forzoso en la producción y los productores cumplen con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y la legislación nacional/local acerca del empleo de los niños. Cualquier participación de niños en la producción de los productos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de un arte tradicional o artesanal) siempre se da a conocer y se



monitorea y no afecta negativamente el bienestar, la seguridad y las necesidades educativas y recreativas de los niños.

### **Principio Seis: Compromiso con la no Discriminación, la Equidad de Género y la Libertad de Asociación**

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a capacitación, promoción, despido o jubilación por motivos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, HIV/Sida, estatus o edad. La organización proporciona oportunidades para mujeres y hombres para desarrollar sus habilidades y promueve activamente las postulaciones de mujeres para puestos de trabajo vacantes y posiciones de liderazgo en la organización. La organización toma en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de mujeres embarazadas y madres lactantes. Las mujeres participan plenamente en las decisiones concernientes al uso de los beneficios provenientes del proceso de producción.

La organización respeta el derecho de todos los empleados de formar y afiliarse a sindicatos de trabajadores de su elección y de negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos y a negociar colectivamente es restringido por ley y/o ambiente político, la organización permitirá la asociación libre e independiente y la negociación para los empleados. La organización se asegura de que los representantes de los empleados no sean objetos de discriminación en el lugar de trabajo.

Las organizaciones que trabajan directamente con los productores aseguran que las mujeres siempre sean retribuidas por su contribución al proceso de producción, y cuando las mujeres hacen el mismo trabajo que los hombres, se les paga en la misma proporción que a los hombres. Las organizaciones también buscan asegurar que en las situaciones de producción donde el trabajo de las mujeres es menos valorado que el trabajo de los hombres, este se vuelva a revalorizar para igualar la proporción de pago y a las mujeres se les permite realizar un trabajo de acuerdo a sus capacidades.

### **Principio Siete: Garantizar buenas Condiciones de Trabajo**

La organización proporciona un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. Se cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

Las horas de trabajo y las condiciones de los empleados y/o los miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumplen con las condiciones establecidas por las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT.

Las Organizaciones de Comercio Justo están conscientes de las condiciones de seguridad y salud en los grupos de productores de quienes compran. Ellos buscan, de manera continua, aumentar la conciencia sobre los temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas en sus grupos de productores.

### **Principio Ocho: Proporcionar la Creación de Capacidades**

La organización busca aumentar los impactos positivos en el desarrollo para pequeños productores a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con pequeños productores



desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y acceso a mercados -locales, regionales, internacionales- de Comercio Justo y convencionales, como corresponde. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo del Sur ayudan a estas organizaciones a desarrollar sus capacidades para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes trabajan.

#### **Principio Nueve: Promover el Comercio Justo**

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el Comercio mundial a través del Comercio Justo. Promueve los objetivos y las actividades del Comercio Justo de acuerdo al ámbito de la organización. La organización proporciona a sus clientes información sobre sí mismo, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o miembro que hacen o cosechan los productos. Siempre se utilizan técnicas de marketing y publicidad honesta.

#### **Principio Diez: Respeto por el Medio Ambiente**

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de las materias primas procedentes de recursos gestionados de manera sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y en lo posible usan tecnologías de energía renovable que reduzcan al mínimo la emisión de gases de efecto invernadero. Tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medioambiente. Los productores de Comercio Justo de productos básicos del sector agrícola minimizan sus impactos medioambientales mediante el uso de pesticidas orgánicos o el bajo uso de pesticidas en los métodos de producción, siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos hechos de materias primas que son originarios de recursos gestionados sustentablemente, y tienen el menor impacto total en el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan en la medida de lo posible materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el empaquetado, y los bienes son despachados por mar siempre que sea posible.

#### **Propuesta en desarrollo:**

**Promoción de la Identidad Cultural:** El Comercio Justo promueve el respeto, la difusión y la puesta en valor de la identidad Cultural contenida en los productos alimenticios y artesanales, y en el proceso de elaboración de los mismos.

---

### **Consumo Ético y Responsable**

El modelo económico consumista que promueve la adquisición de productos de escasa durabilidad y crea en los consumidores la necesidad ficticia de comprar productos o servicios de dudosa o baja utilidad, mediante mecanismos publicitarios que manipulan sus decisiones, es también responsable de las crisis socioeconómicas y ambientales que enfrenta nuestro planeta.



- ✓ En el último cuarto de siglo se ha duplicado la cantidad de pobres en el mundo.
- ✓ 50 grandes corporaciones concentran más riqueza que el PIB de 150 países.
- ✓ Las 250 personas más ricas de todo el mundo acumulan más dinero que el 50% de la población más pobre.
- ✓ En los años 60 el 20% de la población más rica acumulaba 30 veces más que el 20% más pobre; en los 90 esa relación aumentó 82 veces.
- ✓ 70 mil personas mueren diariamente por alimentación inadecuada
- ✓ 828 millones de personas están desnutridas.
- ✓ Los estados Unidos de Norte América son responsables por el 40% de las emisiones de CO2.
- ✓ 250 millones de niños deben trabajar para sobrevivir.
- ✓ El 90% de los gases fluoruro son expulsados por los países del norte.
- ✓ El 20% de la población consume el 80% de los recursos energéticos.

Ante esta realidad, la concienciación de los consumidores para que sus compras tengan en cuenta los efectos sociales, económicos y ambientales, favorables o desfavorables, que comportan para la vida y la sostenibilidad de nuestro mundo, se hace imprescindible.

La Economía Solidaria y el Comercio Justo incluyen y necesitan la participación activa de los consumidores, quienes al elegir un producto para su compra, toman la decisión de apoyar una producción justa, solidaria y sostenible, aunque esto implique pagar un precio un poco mas alto. O en la verificación de que los productos evitan la explotación de productores o niños, así como el deterioro del ambiente.

El consumidor tiene en sus manos un gran poder, el de cambiar las condiciones del comercio, del ambiente y de las personas, eligiendo con ética y responsabilidad.



Feria de ECOAGRO en el Shopping Villa Morra- 2008

Algunas prácticas de consumo responsable:Reducir el volumen de nuestras compras.

- ✓ Elegir productos que en su elaboración no generan una degradación del medio ambiente.



- ✓ No adquirir productos que en su fabricación generan un mayor consumo de recursos naturales.
- ✓ Sustituir productos contaminantes por otros naturales o biodegradables.
- ✓ Priorizar para la alimentación productos naturales y libres de conservantes y colorantes.
- ✓ Evaluar las características de los productos, el envasado y el embalaje para evitar la generación de residuos con nuestro consumo.
- ✓ Valorar que las empresas fabricantes y distribuidoras del producto que vamos a comprar dispongan de un Sistema de Gestión Ambiental (EMAS o ISO-14001) certificado por una entidad acreditada.
- ✓ Preferir productos que procedan de la Economía Solidaria y el Comercio Justo (ferias locales, huertas, talleres artesanales, tiendas de economía Solidaria y Comercio Justo).
- ✓ Clasificar la basura para su reciclaje, los residuos orgánicos se pueden utilizar como abono para nuestro jardín o huerta, reduciendo la cantidad de residuos.
- ✓ Reparar canillas con pérdidas de agua.
- ✓ No desperdiciar el agua del baño o lavado de ropa y vajilla: cerrar la canilla o la ducha mientras enjabonamos y abrirla nuevamente para el enjuague.

### Fotos

Circuitos Económicos Solidarios:

Qué son los Circuitos Económicos Solidarios CES?

Son un conjunto articulado de actores socioeconómicos que viven los principios de la Economía Solidaria, en donde el Factor "C" de la asociatividad está presente y activo en todos los procesos económicos. Los CES son intercambios de unos sujetos a otros, en un movimiento circular de relaciones responsables y recíprocas.

Los CES son un instrumento que ayuda en la articulación de las redes y movimientos de economía solidaria, que vincula los aspectos económicos y socioculturales de cada territorio, para la visibilización de esta nueva economía que ya existe. (Definición del MESSE en el marco del Proyecto CESI-Ecuador)

### Redes de Economía Solidaria y Comercio Justo en Latinoamérica

En América Latina está ocurriendo un fenómeno interesante. Las organizaciones de Economía Solidaria y las organizaciones de Comercio Justo están empezando a dialogar y coordinar acciones, al punto de que se están creando plataformas de encuentro, inclusive, espacios de coordinación relativamente estables.

Sigue un listado de algunas redes de Economía Solidaria y/o Comercio Justo del continente, con sus referencias básicas para acceder a más información.



Nombre	Referencias
<p><b>Espacio por un Mercosur Solidario (EMS), miembros:</b></p> <p><b>Argentina: Espacio Nacional de Economía Social y Solidaria (ENEES)</b> <a href="http://www.eness.org.ar/">http://www.eness.org.ar/</a></p> <p><b>Brasil: Foro Brasileño de Economía Solidaria (FBES)</b> <a href="http://www.fbes.org.br/">http://www.fbes.org.br/</a></p> <p><b>Chile: Espacio de Economía y Comercio Solidario de Chile (ECOSOL Chile)</b> <a href="http://www.ecosolchile.org/">http://www.ecosolchile.org/</a></p> <p><b>Paraguay: Espacio de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay</b> <a href="http://economiasolidariaycomerciojustopy.blogspot.com/">http://economiasolidariaycomerciojustopy.blogspot.com/</a></p> <p><b>Uruguay: Coordinadora Nacional de Economía Solidaria</b> <a href="http://www.economiasolidaria.org.uy/">http://www.economiasolidaria.org.uy/</a></p>	<p>Sede: Concepción-Chile Email : <a href="mailto:eletelier@cetsur.org">eletelier@cetsur.org</a> Web o Blog : <a href="http://espaciomercosursolidario.blogspot.com/">http://espaciomercosursolidario.blogspot.com/</a></p>
<p><b>Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPES Latinoamérica)</b></p>	<p>Sede : Lima- Perú Email : <a href="mailto:secretariado@ripesslac.net">secretariado@ripesslac.net</a> Web o Blog : <a href="http://www.ripesslac.net">www.ripesslac.net</a></p>
<p><b>Organización Mundial del comercio justo- Latinoamérica (WFTO LA):</b></p>	<p>Sede : Aregua - Paraguay Email : <a href="mailto:secretaria@wfto-la.org">secretaria@wfto-la.org</a> Web o Blog: <a href="http://www.wfto-la.org">www.wfto-la.org</a></p>
<p><b>Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria y Comercio justo</b></p>	<p>Sede : Atlántida -Uruguay Email : <a href="mailto:rosbart@gmail.com">rosbart@gmail.com</a></p>
<p><b>Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC)</b></p>	<p>Sede : Quito-Ecuador Email : <a href="mailto:info@relacc.org">info@relacc.org</a> Web o Blog: <a href="http://www.relacc.org">www.relacc.org</a></p>
<p><b>Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores (CLAC)</b></p>	<p>Sede : El Salvador- El Salvador Email : <a href="mailto:info@claonline.com">info@claonline.com</a> Web o Blog: <a href="http://www.clac-comerciojusto.org/">www.clac-comerciojusto.org/</a></p>



## Espacio de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay

En el 2005 surge el “Grupo Impulsor del Comercio Justo”, mientras que en Junio 2006, luego de la constitución del Espacio por un MERCOSUR Solidario, se revitaliza la articulación nacional que, posteriormente, incorpora el concepto de Economía Solidaria y pasa a denominarse “Espacio de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay”.

El "Espacio de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay" es una articulación de organizaciones y personas que buscan promover y difundir los conceptos y prácticas de la Economía Solidaria y el Comercio Justo.

Su prioridad pasa por dinamizar con personas, organizaciones, instituciones o redes con intereses o prácticas productivas, comerciales o de consumo con enfoques de Economía Solidaria para reimpulsar una articulación efectiva.

Consultas:

Ecosol Paraguay:

e-mail: [ecosolpy@gmail.com](mailto:ecosolpy@gmail.com)

<http://economiasolidariaycomerciojustopy.blogspot.com/>

Tel.: 0961 457 332

Estación A:

e-mail: [estacion@pla.net.py](mailto:estacion@pla.net.py)

[www.estacion-a.org.py](http://www.estacion-a.org.py)

Tel.: (0291) 432 258

## **PRESENTACIÓN GENERAL DE ESTACIÓN A-NÚCLEO CULTURAL**

*¿Qué hace Estación A para contribuir al cambio?*

- Colabora para el mejoramiento de las condiciones de vida en varios municipios del Paraguay, con énfasis en la región de la Cuenca del Lago Ypacaraí, poniendo foco en el trabajo con gestores culturales, artesanos, autoridades locales y líderes juveniles.
- Promueve el diseño y la puesta en funcionamiento de circuitos culturales y turísticos, desde una ética de la sustentabilidad, conectando varios municipios, propiciando el trabajo coordinado de gestores y autoridades locales, así como de instituciones públicas y gremios locales.
- Trabaja para valorizar, en el Paraguay y el mundo, las identidades culturales, impulsar la economía solidaria y el comercio justo, ateniendo el enfoque de género, la conservación ambiental y la inclusión social.
- Impulsa la creación artística y su vínculo con la transformación social.

*¿Cómo lo hace?*

- Capacitando y asesorando a gestores culturales, artesanos, artesanas, autoridades locales y jóvenes.
- Asistiendo y acompañando a organizaciones o grupos de personas que quieren organizarse.
- Impulsando procesos de investigación-acción-participativa.
- Sensibilizando a través de obras de danza-teatro y otras expresiones artísticas.
- Promoviendo circuitos turístico-culturales, ferias económicas y otro tipo de actividades colectivas.



- Buscando nuevos mercados y mecanismos de comercialización para artesanías, así como asistiendo para el diseño de nuevos productos.

#### *Ámbito de Acción de la organización*

- Nivel local: Departamentos Central, Cordillera, Paraguari y gran parte del Chaco
- Nivel regional: América Latina a través de la participación en redes regionales
- Nivel Global: a través de redes internacionales.

#### *Redes de las que forma parte*

- Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO por sus siglas en inglés) y su sede regional de América Latina WFTO-LA
- Espacio Mercosur Solidario (EMS)
- Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo (RELAT)
- Espacio de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay
- Red Ashoka (a través de miembros)
- Red de Líderes de Avina (a través de miembros)

Referencias: Estación A Núcleo Cultural

Dirección: Ricardo Pérez 917 casi General Díaz

Teléfonos: 0291 432258/ 0291 432696

Email: [estación@pla.net.py](mailto:estación@pla.net.py)

Web: [www.estacion-a.org.py](http://www.estacion-a.org.py)

## **BIBLIOGRAFIA:**

- Mercado Justo: [www.mercadojusto-la.org](http://www.mercadojusto-la.org) , ediciones Nº: 5- 6- 7 y 8
- Fundamentos de una Teoría Económica Comprensiva. Luis Razeto Migliaro. Ediciones PET, Santiago, Chile 1988.
- Las Empresas Alternativas, Luis Razeto Migliaro. Ediciones PET, Santiago, Chile, 1987.
- Entrevista a Luis Razato, [www.neticoop.org.uy](http://www.neticoop.org.uy) , Uruguay
- Cartilla Nº 1 ¿Qué es la Economía de la Solidaridad?, Pablo Guerra, Programa Kolping Uruguay, [http://kolping.org.uy/economia\\_solidaria/cartilla1.pdf](http://kolping.org.uy/economia_solidaria/cartilla1.pdf)
- Cartilla Nº 3 Consumo Responsable, pablo Guerra, programa Kolping Uruguay, [http://kolping.org.uy/economia\\_solidaria/cartilla3.pdf](http://kolping.org.uy/economia_solidaria/cartilla3.pdf)