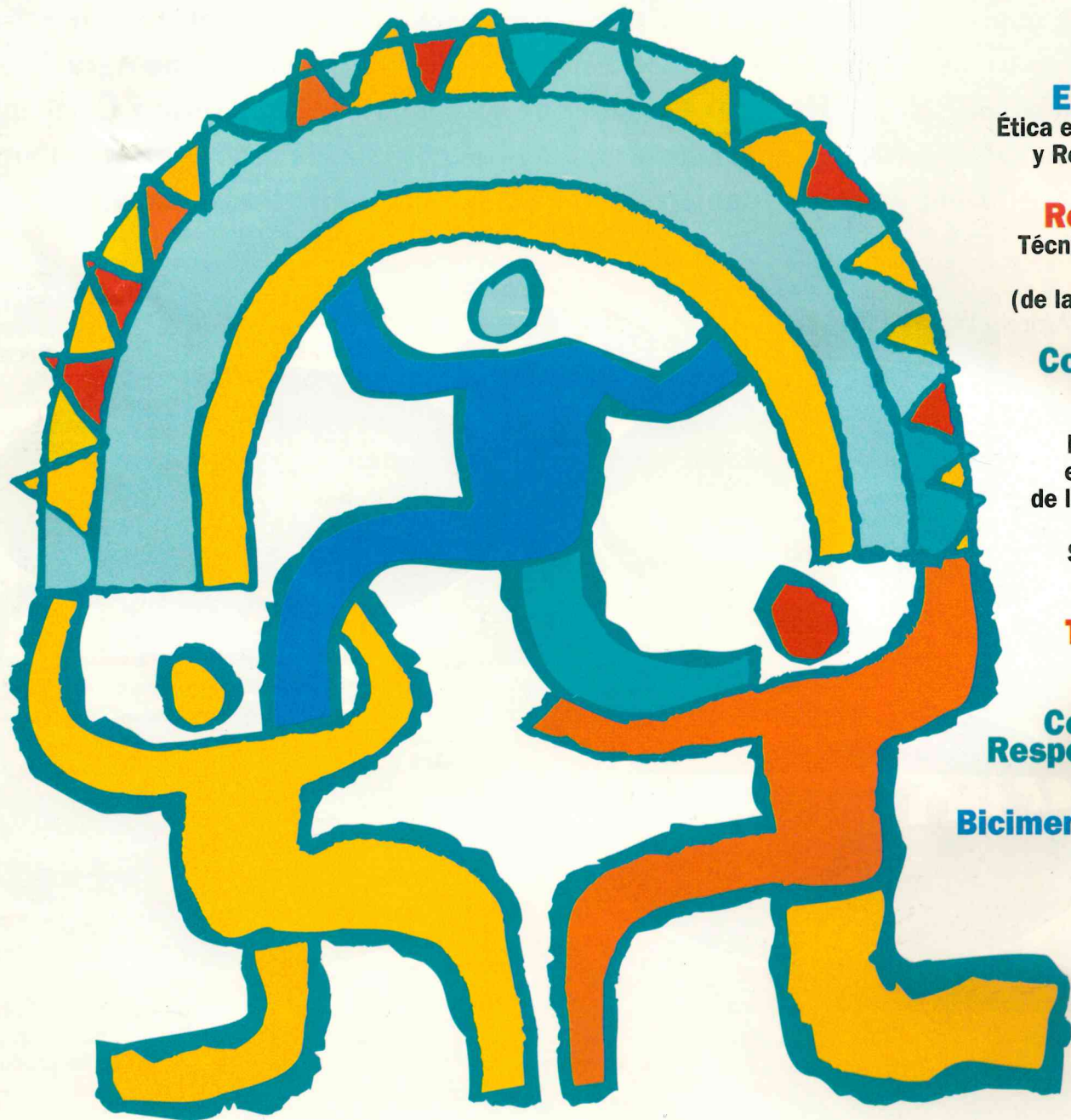


imagina

Un mundo sin fronteras

Número 1
Marzo 1996
250 Ptas

Revista de las redes
de economía alternativa,
economía social y de inserción
sociolaboral.



Empresa
Ética empresarial
y Rentabilidad

Reciclaje
Técnicas de los
Amantes
(de las basuras)

**Comercio
justo**
Alemania:
Las nuevas
estrategias
de las Tiendas
de la
Solidaridad

**Turismo
Rural**

**Consumo
Responsable**

Bicimensajería

Dónde están y cómo se gestionan las Redes de inserción sociolaboral,
economía alternativa y economía social

enredándonos

Una Organización No Gubernamental sin ánimo de lucro, que nació en 1982, con vocación de servicio solidario. Un grupo de personas integrado por desempleados y trabajadores activos, que decidieron organizarse para afrontar conjuntamente el problema del paro.

En el pasado, creamos la escuela infantil Isla Verde, el Autoservicio Coorcopar (exclusivamente al servicio de los parados) y el Centro Social de nuestra asociación, donde se promociona el empleo en régimen de economía social. Hoy disponemos del Centro de Formación y Empleo con la Escuela de Cooperativismo Agrario (Iniciativa Europea Horizon) y el taller de aprendices de Calderería y Catering, que son algunas de las herramientas que utilizamos para la inserción sociolaboral de los hombres y mujeres desempleados/as de nuestra comarca.

Centro de Formación y Empleo,
Granja Agrícola, Taller de Calderería,
Catering.



Comedores escolares,
Centros de trabajo, Residencias
de Ancianos.



Productos hortícolas frescos y de la máxima calidad cosechados en nuestra explotación agraria en régimen abierto y bajo abrigo.



Profesionales cualificados.
Instalaciones modernas para
una mejor calidad del producto.

COORDINADORA CONTRA EL PARO COORCOPAR

Centro Social: c/ Coro Ronda Garcilaso, 8
Tel / fax 804116

CENTRO FORMACION Y EMPLEO:
Barrio Caseríos - Sierrapando. Teléf. 806032
TORRELAVEGA - Cantabria.



**COORDINADORA
CONTRA EL
PARO**

Ellos nunca te dirán
lo que hacen con tu dinero.

NOSOTR@S SÍ.

Hoy en día, todas las personas con sensibilidad social y ecológica nos encontramos con la contradicción de que con el dinero que depositamos en bancos o cajas se financian fábricas de armamento, empresas multinacionales..., precisamente aquello que política y socialmente consideramos nefasto.

Por ello creemos en la posibilidad y necesidad de crear mecanismos financieros fundamentados sobre bases de solidaridad y cooperación respetuosas con el ser humano y la naturaleza, que permitan la creación de nuevos espacios en el terreno económico, que sustituyan el egoísmo del beneficio por proyectos que produzcan rentabilidad social, humana y ecológica.

Al convertir tu ahorro en "Bonos Solidarios" eres tú y no los tecnócratas del banco quien decide quienes y para que utilizarán tu dinero, conociendo el proyecto empresarial al que va destinada tu inversión; si su servicio es útil socialmente, si se realiza de forma ecológica, si establece unas relaciones laborales humanas y si expolia o no al Tercer Mundo.

¿PARA QUÉ LOS BONOS SOLIDARIOS?

La Asociación Traper@s de Emaús de la Región Murciana ha realizado una emisión de bonos para apoyar su proyecto de Empresa Social de Inserción por una cantidad de TRES MILLO- NES DE PESETAS, en bonos de CINCO, DIEZ y VEINTE MIL PESETAS. Con esta cantidad y con la aportación de las personas de la Asociación y el apoyo económico de Emaús Internacional pretendemos hacer frente a la inversión inicial.

CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN DE BONOS SOLIDARIOS

- * Los Bonos Solidarios son nominales e intransferibles
- * Su importe será devuelto a los tres años. Si antes de este plazo quisieras recuperar tu dinero, deberás solicitarlo por escrito con un mes de anticipación.
- * Tu dinero no pierde valor adquisitivo, ya que recibirás un interés igual al aumento del coste de la vida (I.P.C.).
- * Al participar en la financiación del proyecto, tendrás información periódica de nuestras actividades y de nuestra situación.
- * Y no menos importante, tus ahorros van a producir una rentabilidad social y ecológica que, aunque no llegue a tu bolsillo, podrás percibir en una nueva experiencia que pone sus objetivos en la lucha contra la pobreza y la exclusión social, la humanización de las relaciones laborales y el respeto a nuestro medio.

Si quieres participar y/o informarte más detalladamente, no dudes en ponerte en contacto con nosotr@s:

Asociación Traper@s de Emaús
de la Región Murciana

C/ Carril de la Esperanza nº 76, 1º

30009 La Arboleja (Murcia)

Teléfonos: (968) 30 23 39

(968) 22 07 85 Fax: (968) 22 07 85

<p>Nº 000054</p> <p>Bono Solidario</p> <p>Traper@s de Emaús de la Región Murciana</p> <p>Nombre y Apellidos: _____</p> <p>D.N.I. nº: _____ Dirección: _____</p> <p>Localidad: _____ Provincia: _____</p>	<p>Nº 000054</p> <p>Bono Solidario</p> <p>Traper@s de Emaús de la Región Murciana</p> <p>Nombre y Apellidos: _____</p> <p>D.N.I. nº: _____ Dirección: _____</p> <p>Localidad: _____ Provincia: _____</p>
<p>Deposita en concepto de préstamo la cantidad de:</p> <p>CINCO MIL PESETAS (5.000 ptas.)</p> <p>A la asociación Traper@s de Emaús de la Región Murciana con domicilio en Murcia, Carril de la Esperanza nº 76 La Arboleja con número de registro de asociaciones 4218 y C.I.F. nº: G-30463327</p> <p>Deposita en concepto de préstamo la cantidad de: 5.000 pesetas</p> <p>Presidente</p> <p>Tesorera</p>	

La Asociación Traper@s de Emaús de la Región Murciana ha realizado una emisión de bonos de CINCO, DIEZ y VEINTE MIL PESETAS para apoyar su proyecto de Empresa Social de Inserción.

"El carácter horizontal, autogestionado y cooperativo de nuestras empresas, que reivindican formas de organización social más justas y democráticas, demuestran que la aplicación de estas formas al ámbito de la mensajería incrementa su eficacia".

La AGRUPACION DE MENSAJERIA EN BICICLETA (AMB), asociación con carácter estatal constituida legalmente en el encuentro celebrado el 29-30 de abril de 1995 en Córdoba, surge como forma de unión y apoyo entre las distintas iniciativas de mensajería en bicicleta que están surgiendo en todo el Estado.

El objetivo de AMB es convertirse en un foro de intercambio de experiencias e información, así como de coordinación entre las empresas para así proporcionar una mejor gestión y servicio a los clientes. Esto permitirá desarrollar una opción reivindicativa y de transformación social.

Las empresas que conforman AMB tienen en común una serie de características que las llevan a unirse:

1º Una apuesta por la bicicleta como medio de transporte coherente con la

defensa del medio ambiente, que ofrece una mejor calidad de vida y que es muy eficaz para la mensajería urgente en la ciudad.

2º El carácter horizontal, autogestionado y cooperativo de las empresas, que reivindican formas de organización social más justas y democráticas y que demuestran que la aplicación de estas formas al ámbito de la mensajería incrementa su eficacia.

3º Unos proyectos de autoempleo mayoritariamente dirigidos a jóvenes, en una sociedad castigada por el paro, donde tanto el sector de l@s jóvenes como otros muchos no pueden satisfacer sus derechos fundamentales.

4º El talante solidario de las iniciativas de nuestras empresas, que se plantean integrar a personas con dificultades especiales, y su voluntad de destinar recursos a nuevos proyectos de autoempleo y/o de carácter social, abogando por el reparto del trabajo.

La AMB está compuesta por mensajerías de todo el país, algunas veteranas, otras de reciente creación. Existen, además, empresas en formación en diversas ciudades, algunas más vinculadas con los principios de AMB -y con interés en pertenecer a ella- y otras que, si bien están en contacto y colaboración, no comparten el objetivo social de la agrupación.

La AMB forma parte de CONBICI (COORDINADORA DE COLECTIVOS DE DEFENSA Y FOMENTO DE LA BICI)

Así mismo, ha ingresado en la RED DE ECONOMIA ALTERNATIVA Y SOLIDARIA (REAS), coherentemente con su voluntad reivindicativa y de transformación social y con sus principios fundamentales de apuesta por formas empresariales alternativas, más justas y solidarias.

Para más información,
Secretaría de AMB:
La Veloz Ecomensajeros.

ECOMENSAJERIAS ASOCIADAS A LA AMB

- LA VELOZ ECOMENSAJEROS.**
c/ Basilio Boggiero, 115 local.
50003 ZARAGOZA.
Tfno: (976) 43.81.11.
- BICIMENSAJEROS.**
Plza. La Mula, 4, local. 04005
ALMERIA.
Tfno/Fax: (950) 26.69.26.
- EL SPRINT.**
c/ Doce Ligerio, 6 bajos.
26004 LOGROÑO.
Tfno: (941) 23.23.43.
- VELOCICLO.**
Avda, Barcelona, 1. 14010
CORDOBA. Tfno: 43.06.00.
- TREVOL MISSATGERS.**
c/ Verneda, 18. 08018
BARCELONA.
Tfno: (93) 266.07.70.
Fax: (93) 307.43.53.
- ORAINTXE.**
c/ Lindachiquia, 10 bajos.
31001 PAMPLONA.
Tfno: (948) 21.30.33.
- CYCLOS.**
c/ Alta nº 29, local interior.
MALAGA.
Tfno: (952) 60.30.35.

MENSAJERIAS EN PERIODO DE PRUEBA

- IPSO-FACTO**
Ciclomensajeros.
c/ Hijas de Jesús, 3, 5º izq.
28026 MADRID.
Tfno: (91) 645.69.40.
- LA LIEBRE.**
c/ San Juan Baja, 5, bajo.
18005 GRANADA.
Tfno: (958) 52.16.75.
- MENSAJEROS**
"LA LUNA".
c/ Jacobo Olañeta, 8, 1º.
32202 XIXÓN.

A pedales

Consejo de Administración

Antonio Puig i Ollé (AERES), Carola Reintjes (REAS) y Luis Lizama (REPRIS).

Director: César Torres.

Jefa de Informaciones: Esther Subías.

Han colaborado en este número

Domingo García, Joan Torres, Carlos Fernández, Romá Fortuny, Pep Bruno.

Oficinas y Redacción

c/Aguilafuente 29, 2º, 3º. 28039 Madrid.

Teléf. 91-4598826 Fax 91-4503036

Correspondencia Apdo. correos 8564, 28080 Madrid.

Diseño de cubierta: Manuel Estrada.

Impresión: Xiana Color Gráfico.

Red de Distribución de IMAGINA

AERES: Engrunes. Toni Puig, Dtr. Manuel Riera 81-87 93-4733782 08950 Espuges, **Barcelona**. R que R. Cristina Atienzar. c/Belen 6, 967-521205.02004 **Albacete**.

Traperos de Emaús de Iruñea. Andoni Romeo. 948-126678. Ctra. Ansoain s/n, 31013 Ansoain **Nafarroa**.

Traperos de Emaús de Bilbo. Amaia Galíndez. 4276979.

Sabino Arana 42, Bilbo, **Bizkaia**. Traperos de Emaús de Donosti. Inma Puerta. 943-473339. Camino de Uba 43, 20014 Donosti, **San Sebastián**. Traperos de Emaús de Sabadell. Juan J. Exposito S. 93-7272716. c/Bochi Cardellach 68, 08201 **Sabadell**. El Cuc. Andreu Cerezuela. 96-3483872. Orihuela 32, Baix 46009 **Valencia**. Rastrell. Juana Rubio Perea. 96-3623509 c/Vuelta Ruiz Señor 21, bajo, **Valencia**. Fundació Mestral Càritas. Carmen Marcéu. Plaça Bastió 10, Maó, Menorca, **Balears**.

Recicleta. Garbine Angulo. 94-4571447. Rastro Basauri. Foruak s/n 48970 **Basauri**. Traperos de Emaús de Torrelavega. Tate. 942-891172. c/Pedreguera 33, Dualéz, 39300 Torrelavega, **Cantabria**. Traperos de Emaús de Murcia. Antonio Galindo. 968-302339. Carril de la Esperanza 76, 1º, La Arboleja, 30009 **Murcia**.

REAS. Asoc Gaztelán. Abel Sanz. 948-125763. Avda. Corella 27 tras. 31015 **Iruñea**. IDEAS S.C.A. Carola Reintjes. 956-230380. Llano de las Maravillas s/n, 11130 Chiclana **Cádiz**. IDEAS y REAS Andalucía: Ronda de Tejares 1, 2a 14001 **Córdoba**. 957-471727. Delegaciones de IDEAS: Euskadi / Navarra: YPE Iniciativa Pro Extractivismo. c/ Eustasio Amilibia 4, loc 41 20011 **Donostia** 943-470272. **Madrid:** Dr. Esquerdo 219, 7º D. Tiendas de la Solidaridad IDEAS: **Almería** Avda. Pablo Iglesias 18 04003. Teléf. 950271450. **Granada:** c/Caiderería Nueva 4, 18010 958-220211. **Huelva:** San José 31, 21002. 959-251634. **Jaén:** c/Hurtado 17, 23001 Jaén. 953-234044. Asociación para una Banca Social y Ecológica-Galicia. Ana Fernández. 986-850450. Avda. Sta. María 5, 3º 36002 **Pontevedra**. Asoc. S'Altra Senalla. Teresa Rabella. 971-715915 Oli 6, baixos 07002 **Palma de Mallorca**. Federación Sardu. Alberto Alvarez. 94-4160420. Baiñen 5, sotano izq. 48003 **Bilbao**. Asoc. de Economía Social. Trinidad Villar. 986-813707. Torrecedeira 105 36208 **Vigo**. Asoc. Aurkilar. José L. Retolaza. 94-4238577. S. Vicente 8, Edif. Alba 2º, dpto. 13 48001 **Bilbao**. Asociación de Mensajeros en Bici (AMB). Franki Bis y Beltrán. 93-2662443. Vermeda 18, 08018 **BNA**.

REPRIS. Fundación Deixalles. Toni Pons. 971-472211. Camí Salard 63 07008 **Palma de Mallorca**. Ataretaco. Caritas Interprovincial de Tago. 922-610354. c/M. Luisa 128, Tago, La Laguna, **Tenerife**. Manuel Monge. 96-3631011-ext 27. Ayuntamiento de Burjassot. Pza. Emilio Castelar 1, 46100 **Valencia**. Federación Isonorte. Carlos Fernández H. 922-400009. c/Los Guanches, s/n 38787, Villa de Garafía, La Palma, **Canarias**. Programa Horizon (CAS) Organismo Autónomo de Trabajos y Prestaciones Penitenciarias. Miguel Ángel Díaz M. 91-4374585. c/Arroyo Fontarrón 53, 28030 **Madrid**. Fundació Trinijove. Ignacio Parody. 93-3459221. c/Turó de la Trinitat 17, 08033 **Barcelona**. Coordinadora contra el Paro de Torrelavega. Miguel Ángel Fernández. 942-804116. Coro Ronda Garcilaso 8, 39300 Torrelavega, **Cantabria**. Integración de Desfavorecidos de la Margen Derecha del Guadiana. Ayuntamiento de Badajoz. Inmaculada Bernal. 924-239503. c/Arco Agüero 1, 06002 **Badajoz**. Asociación Europea para la Formación Profesional y Educación Intercultural de refugiados, asilados e inmigrantes (FO-INTER). Luis Lizama. 91-7051315. Avda. de la Aviación 89, 28044 **Madrid**.

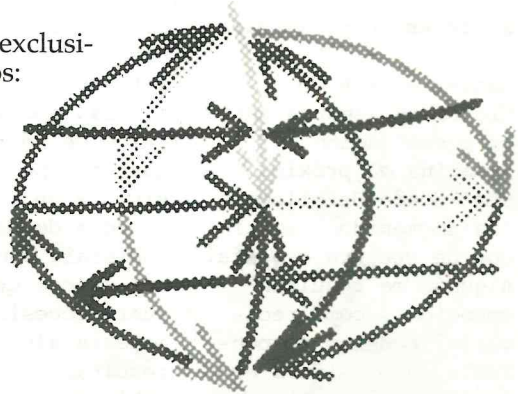
s u m a r i o

Ética empresarial.

La empresa ya no es asunto exclusivo de burgueses o proletarios: interesa a consumidores, a clientes y proveedores y al entorno ecológico y social que la rodea.

El autor, profesor de Ética empresarial, propone compaginar una estructura democrática en la empresa, con el beneficio.

Pág. 8



Técnicas de l@s Amantes

(de las basuras)

Del hombre del saco (cuya sola mención evocada por nuestras madres despertaba terror) a los trabajadores y trabajadoras actuales del reciclado, distan leyendas y realidades. La técnica del reciclaje no es solo el amor por las basuras: también lo es por el planeta y por transformar la sociedad en la que vivimos. Cómo trabajan, qué métodos usan y cuáles son sus resultados. Lea esta crónica de

l@s Amantes desde su

XI Encuentro anual en Valencia.

Pág. 10.

Además: Comercio Alternativo: entrevista con Meinolf R Emmert, Gerente de

Gepa, la organización de Comercio Justo más importante de Europa. 28 ;

Los Ecomensajeros pedalean sus propias empresas. 4 ; La D Manda: Consumo responsable y publicidad. 32 ; y el último cuento de la ecología: Las Olas Negras. 36

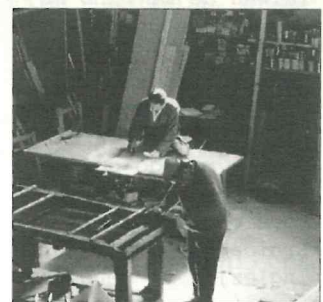
¡Enredándonos!

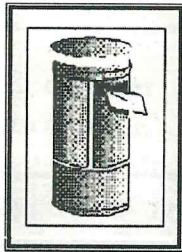
ESPECIAL

Los conceptos y las prácticas sociales que los grupos (Fundaciones, cooperativas, empresas sociales, ONGs, etc) empiezan a desarrollar en pequeños pero crecientes ámbitos sociales.

Redes, economía solidaria, estructuras democráticas, códigos éticos, reinserción sociolaboral, ¿son nuevas ideas con los viejos contenidos de Justicia e Igualdad?. Si Te interesan, Enredáte.

Pág. 18





Si te escucho, Imagina!

Recibí el mes de diciembre vuestra carta de presentación "Imagina el próximo año" donde detallabais los contenidos temáticos de vuestra revista. Algunos me resultan conocidos, como reciclaje, consumo responsable, agricultura ecológica, otros sólo de oídas, o leídas, -Comercio Justo, reinserción sociolaboral- y

otros definitivamente poco conocidos pero atrayentes, como rentabilidad social y uso ético del dinero. Me gustaría pedir os que, sin que se pierda la esencia de cada tema, pudierais escribir de una manera que no sólo fuera accesible a la mayoría sino que además resultara útil y aplicable a la vida cotidiana.

Fernanda de Rosso.
Valencia.

¿Universidad Universal?

Soy estudiante del último año de Ciencias Económicas de la Universidad Complutense y he visto en la Facultad un cartel donde se anuncia su revista. Desearía que me la enviaran porque en los últimos cinco años lo más avanzado socialmente que hemos estudiado han sido temarios sobre empresas cooperativas. El año pasado, buscando nuevos conceptos y

experiencias empresariales, me inscribí en el Seminario sobre Economía No Lucrativa (de las Organizaciones No Gubernamentales) organizada por la Universidad Carlos III, y ahora ustedes anuncian una revista de economía social y de economía alternativa. Estas propuestas, en medio del modelo neoliberal, ¿son proyectos, o realidades?

Alfonso Cano.
Madrid



Moda Étnica

He asistido a algunas charlas sobre los Nuevos Movimientos Sociales (ecología, pacifismo y esas cosas) e incluso a mi hijo le hacen en el cole juegos interactivos sobre educación intercultural. Hace poco quería regalarle por su cumpleaños un reloj solar de los que Greenpeace publica en sus folletos para consumidores solidarios como yo, (suponía), pero al ir a por el reloj, resultaba que costaba ¡10.000 pesetas! cuando el made in Taiwan de mi niño me costó hace un año 2.000 ptas. Igual me pasa con el papel reciclado (que es más caro), o durante el verano pasado cuando quise comprarme esa ropa de saco (Moda Étnica, según El Corte Inglés) y ni mencionar

siquiera los productos de la agricultura ecológica, que sólo pueden comprarlos los grandes restaurantes de Madrid o que se exportan a Alemania. Espero que con vuestra revista no pase lo mismo, y para ello les sugiero una cosa: Ofrecer a aquellos lectores que tengan ordenador una edición en diskette para ahorrar papel, y supongo que también para ahorrar vuestro dinero, que aunque sea verde, no siempre madura. Eso les empezaría a poner a la altura de las ediciones electrónicas de El País y El Mundo, aunque después de leer lo que están publicando durante las elecciones, no se si les interesa.

Conchi Martín.
Fuenlabrada

Capitalismo del siglo XXI

Estuve varios años trabajando como voluntaria en una ONG que destinaba casi todo el dinero a proyectos de infraestructura en el Tercer Mundo. Todo el dinero se recolectaba, gestionaba y enviaba a través de Bancos, que por supuesto pellizcaban su buena comisión por manejar nuestro dinero solidario. Yo ya sabía entonces que por cada dólar de ayuda que llega a Africa (vía Bancos) vuelven tres por el pago de los intereses de la deuda externa africana (vía los mismos Bancos). Ni que decir que esos mismos Bancos compran, gestionan y venden los títulos de deuda pública de esos países, sacándoles la máxima rentabilidad, y así empobreciéndolos para que luego necesiten ayuda que nosotros enviamos a través de...

esos mismos Bancos. Recuerdo cuando hace unos años el Santander, ahora el primer Banco español, comenzó a ofertar las tarjetas de crédito de protección de la naturaleza (junto con la WWF), el Banco Bilbao-Vizcaya respecto a la Cruz Roja, o el entonces Banesto / Banco General que daba créditos a empresas subvencionadas por la CEE para la defensa del Medio Ambiente. ¿Y a estas grandes instituciones financieras, a qué interés les interesa la solidaridad? Durante las pasadas navidades la Coca-cola se anotó un buen punto con su estrategia de Marketing al anunciarse conjuntamente con Unicef "por los niños del mundo". ¡Já! A propósito, ¿dónde tienen ustedes su cuenta corriente?

Mercedes Barragán.
Barcelona.

imagina,

UNA NUEVA REALIDAD

IMAGINA intenta levantar una esperanzadora mirada para aquellos sectores sociales, personas y entidades que hacen de su práctica cotidiana un instrumento de lucha contra el paro, la degradación ambiental, la pobreza o la explotación del denominado Sur.

Unas luchas y unas prácticas que van más allá de lo reivindicativo para convertirse en proyectos de gestión, en lugares donde conceptos como *economía* tienen su significado final de servicio a las personas, al respeto del medio ambiente, a procesos de inserción sociolaboral con los sectores sociales más desfavorecidos de nuestra sociedad.

Dentro de una sociedad animada por excesivos estímulos lucrativos y poco solidarios, generadores habituales del "sálvese quien pueda", es necesario abrir puntos de referencia que se diferencien de estas actitudes habituales y corrosivas.

IMAGINA intenta concretar, divulgar y extender a la opinión pública las referencias existentes y operativas en el campo de la economía social, la economía alternativa, el comercio justo y equitativo, la inserción sociolaboral... Dicha conexión y divulgación no pretende realizarse sin el protagonismo directo de las iniciativas que configuran realidades palpables, mayores o menores, en las que operan los puntos referenciales anteriormente nombrados.

Por ello **IMAGINA** no es una revista enumerada de arriba abajo, por el contrario surge de soluciones y conexiones entrelazadas, de espacios que desde vivencias sociales más o menos comunes se han conectando, constituyendo su propia red coordinativa. Espacios organizativos que son los que intentan dar coherencia y eficacia a la revista en el terreno de exposición de metodologías, en el de la divulgación de ideas, en la propia distribución. Todo un pequeño reto, lleno de complejidades diversas y lleno también de ilusiones y esperanzas desde las cuales intentaremos visualizar las teorías y formas de un nuevo hacer económico y social donde gestionar, planificar, financiar, formar y luchar no sean patrimonios genera-

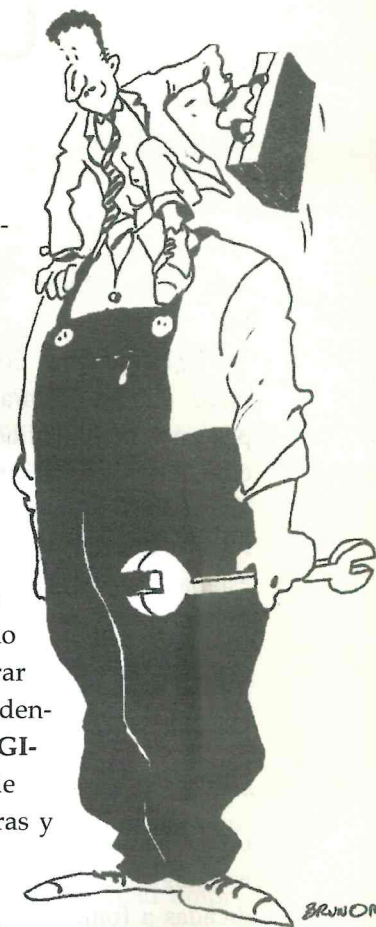
dores de destrucción social, humana o ecológica, sino todo lo contrario.

En definitiva, la revista tiene su futuro en relación a su capacidad de generar respuestas a preguntas vitales, tales como ¿puede la economía, o parte de ella, gestionarse desde ópticas sociales, ambientales y de servicio a las personas, sobretodo por los más desfavorecidos de nuestro entorno social? ¿Seremos capaces de generar la suficiente discusión y reflexión dentro de la sociedad para que **IMAGINA**, nuestro impulso, se consolide como punto de referencia para otras y nuevas iniciativas?

Estamos convencidos y convencidas que dentro de esta búsqueda hay infinidad de respuestas, interrogantes, dudas y miedos y que estos no son exclusivos nuestros, pertenecen también a una parte de nuestra sociedad que continua empeñada en la posibilidad de constituir una vida más digna, más justa y un desarrollo económico sostenible, tanto en lo ecológico como en lo social.

Las estructuras organizativas que damos sostén a la Revista, **REPRIS** (Red Española de Promoción e Inserción Social), **REAS** (Red de Economía Alternativa y Solidaria), **AERESS** (Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria), invitamos a todos y todas a participar en la búsqueda de soluciones a estos interrogantes, ya sea a través de experiencias, de ideas o de aportaciones distintas. Sin duda alguna, ello expresaría a una sociedad viva y dispuesta a resolver algunos de los graves problemas en los que nos encontramos inmersos.

Toni Pons.



ETICA EMPRESARIAL: UN NUEVO MODELO DE EMPRESA

Domingo García-Marzá.

¿Es posible compaginar una estructura empresarial democrática con el beneficio empresarial? Hasta hace muy poco la respuesta era negativa y estaba ya incluida en la misma pregunta. El fracaso de la co-gestión alemana y el papel cumplido por los sindicatos así lo indicaban.

Por todas partes oímos hablar de técnicas y estrategias de gestión dedicadas a fomentar la participación de los distintos sectores o grupos de intereses en la marcha de la empresa.

Desgraciadamente muchas de estas prácticas se aplican parcialmente sobre modelos de empresa jerarquizados, con el resultado final de una obstaculización del funcionamiento empresarial. Al final, todos pierden.

La ética empresarial se presenta en cambio como una disciplina que se dirige a la empresa como corporación, a su globalidad. Su objetivo es propor-

“Parecía algo evidente que el trabajador tuviera que abandonar los derechos democráticos que tiene como ciudadano al entrar en su empresa, para recogerlos después a la salida del trabajo”.

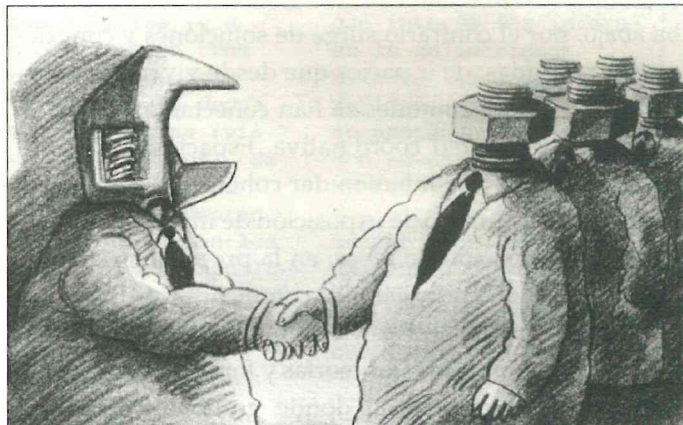
cionar un modelo empresarial que logre encontrar en el cumplimiento de su responsabilidad social no una pesada carga, sino un factor de innovación y competitividad.

Para ello parte de la idea básica de que la empresa no es sólo preocupación exclusiva de empresarios y directivos, ni siquiera de empresarios y trabajadores. Sólo el acuerdo de todos estos grupos, basado en la participación en función de sus diferentes intereses, puede

proporcionar un beneficio seguro, estable y a largo plazo.

La asesoría ético-

empresarial proporciona a la empresa el conocimiento necesario para poner en funcionamiento estas ideas en el interior de ésta. Los asesores éticos están trabajando en tres direcciones diferentes para llevarlas a la práctica, es decir, para convertir la participación democrática en un factor clave de la rentabilidad. Tres medidas que necesitan ser definidas en cada contexto particular y que componen un factor clave para la gestión empresarial, —imprescindible dentro del marco de una economía alternativa—, y para la credibilidad social.



“La actividad empresarial no es un juego de suma cero, donde muchos tienen que perder para que alguno pueda ganar”.

CÓDIGOS ÉTICOS.

Son los encargados de definir la personalidad de la corporación, su identidad empresarial y, con ello, la carta de presentación de sus miembros ante la sociedad. Esta debería contener tanto los objetivos básicos que persigue la corporación, como sus principios generales de actuación y el conjunto de normas y valores que definen la cultura empresarial. Debe quedar claro ante la opinión pública, y ante el mercado económico, qué es lo que se quiere y cómo se quiere conseguir. En suma, constituye el criterio último de enjuiciamiento y la brújula para la toma de decisiones.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEMOCRÁTICA.

No significa que todos deben participar en todo. Significa más bien que cada sector puede tener autonomía y capacidad de decisión, es decir, responsabilidad en la marcha de la empresa. Una medida

concreta para ello es la creación de comités éticos, encargados de velar por el cumplimiento de los principios generales que caracterizan a la entidad y de vigilar igualmente la ejecución de toda la cultura empresarial en el interior de la corporación y en las relaciones con los clientes. En este comité deberían estar representados todos los grupos de intereses.

BALANCE SOCIAL

Se considera como un instrumento empresarial de gestión al servicio de la responsabilidad social y ecológica. Su objetivo básico es, en primer lugar, integrar las consideraciones sociales en los procesos de decisión y, en segundo lugar, valorar las aportaciones que la empresa ha realizado a la sociedad. Constituye un complemento del código ético en su tarea de presentar públicamente los resultados de la empresa para cada uno de los grupos que la componen.

La actividad empresarial no es un juego de suma cero, donde muchos tienen que perder para que alguno pueda ganar. O la empresa es un juego de suma positiva, donde todos pueden ganar, o no es ninguna actividad justa. No olvidemos que de esta justicia depende, a corto o largo plazo, la credibilidad y existencia de la propia empresa.

“La empresa debe verse como una institución social donde convergen diferentes grupos de intereses: trabajadores, directivos y propietarios en su interior; clientes, proveedores, competidores y entorno ecológico y social en su exterior”.

Domingo García Marzá
es Profesor de Ética
empresarial en la
Universidad de Castelló.

L@S
AMANTES
ABRAZAN
LA TIERRA,
PORQUE
LA AMAN

FE DE ERRATAS

Pág. 12.- En el último párrafo donde dice: "de los tres segmentos distin-", debe decir: "de los tres segmentos distintos del depósito."

Pág. 26.- En el último párrafo donde dice: "...humano con su entorno socio-econó-", debe decir: "...humano con su entorno socio-económico."

Técnicas de l@s Amantes (de la basura)

Andreu, de El CUC, comentó la experiencia de su grupo a partir del trabajo que desarrollan en la Escuela de Adultos con gente que está en el paro, hombres y mujeres que buscan cursos de formación. "Las amas de casa controlan la economía doméstica y por sus manos pasan las decisiones sobre el tipo de consumo de la familia y las posibilidades de reciclar".

Aunque Andreu reconoció que están más organizadas en la ciudades grandes que en los pueblos pequeños, consideró que es un colectivo ávido de conocimientos nuevos. "Es posible llegar a las amas de casa por los grupos de barrio o las APA" (Asociaciones de Padres de Alumnos).

Andreu Cerezuela.

EL CUC. Orihuela, 32 baja.

46009 Valencia.

Tlf: (96) 348.38.72

Antonio, de R que R, explicaba que si bien ellos han trabajado a través de las APA unidas didácticas dirigidas a profesores, cada colectivo o incluso cada barrio necesita un mensaje específico. "Nosotros realizamos un informe con las características de los productos que recogemos en cada barrio y a partir de ahí se decide, por el tipo de consumo que se realiza, el mensaje a utilizar para esa población". En algunas zonas serán necesarias pegatinas o carteles explicativos; en otros se optará por charlas que podrían darse contactando con las asociaciones de vecinos o con

Durante el XI Encuentro Estatal de Amantes de la Basura (a l@s que, traducido al argot institucional-sociológico podrían denominarse recuperadores-recicladores) realizado entre el 6 y el 9 de Diciembre pasado en Buñol (Valencia) se desarrolló un Taller para trabajar con Adultos los temas de reciclaje, consumo responsable, medio ambiente y ecología. Esta es la crónica de l@s Amantes.

la parroquia. "Pero, en cualquier caso", recordaba Antonio, "la constancia y la seriedad van dando como resultado que la gente modifique el manejo de la basura".(1) "Luego, los niños volverán a casa comentando los talleres sobre consumo y reciclaje que han hecho en el 'cole', y esto produce una respuesta en los adultos."

**Antonio. R que R.
Recuperación y Reciclaje
c/Belen 6, Albacete**

"Estrategias y tácticas dependen de las características de cada barrio, zona o ciudad" plantea Tate, de Torrelavega. "Hace 20 años que nosotros vivi-

mos en el mismo barrio y hace 8 que estamos en el tema del reciclaje. En nuestro caso, era más lógico hablar pacientemente con la gente y facilitarle los medios. Todos los consumidores del barrio van a la compra con su carrito o su bolso; al volver está lleno. Se nos ocurrió que lo llenen con los envases vacíos antes de salir de casa y, antes de entrar a comprar, coloquen los envases en contenedores dispuestos en las cuatro esquinas del mercado".

**Tate. Traperos de Emaús
C/ Pedreguera, 33. Dualez.
39000. Torrelavega. Cantabria.
Tlf: (942) 89.11.72.**

Chevi, de Manresa (Barcelona), comentaba que hay que hablar con la gente y complementar este método con la cartelería, aunque ésta también termine convertido en residuos. "El Concejal de Medio Ambiente en Manresa es miembro de nuestro colectivo, y a pesar de ello constatamos que la política global de los ayuntamientos se queda en el cartel y no llegan a la gente; olvidan que los protagonistas no son ellos, sino los consumidores".

**Xavier Olivé.
COLECTIVO ECO L'AZINA.
C/ Talamanca, 15. 08240
Manresa. Tlf: (93) 877.20.08.**

"Existe una evidente diferencia cuando una campaña sobre medio ambiente la organiza un Ayuntamiento o un grupo ecológico

gista", plantea Agustín, de Elorrixa, "los ayuntamientos no van en plan 'legal', tanto porque desconocen el fondo del problema, como por demagogia. Deben ser los grupos ecologistas los que se ocupen integral y operativamente del tema, previo presupuesto. Esto incluye la denuncia social cuando el contenedor se envíe al vertedero, pues desanima mucho a la gente".

Agustín García. ELORRIXA.
Apdo. 44. 48230 Elorrio.
Bizkaia.

Rossi y Piluchi representan a la Plataforma por la Paz, un grupo de mujeres de Guadalajara que trabajan juntas desde hace diez años. Aunque todas tienen trabajo estable en empresas públicas o privadas, se plantean actividades anuales no demasiado grandes para que no desborden ni destruyan al pequeño grupo. Igual participan en el Festival Internacional Anual de Cuentacuentos de Guadalajara, como consiguen pisos para inmigrantes. Se inscribieron en el Encuentro como observadoras, y preguntan si es posible organizar una empresa de reciclaje que logre insertar laboralmente a sectores marginados. ¿Cómo empezar?, ¿cómo hacerlo con el Partido Popular copando el Ayuntamiento? Las respuestas llegan de todas partes. "Comenzar por la información. Organizar talleres y conferencias sobre el tema

para profundizar en él, interesar e involucrar a grupos, instituciones y empresas comercializadoras de la problemática medioambiental."

Pilar Morales. María Romera.
c/Doctor Asuero 3, bajo izq.
19002 Guadalajara.
teléf. 949-220918.

"Nosotros", comenta la gente de XENN, de La Coruña, "hace 6 años y medio empezamos recogiendo papel, cartón y vidrio con una bolsa y luego con una carretilla. La carretilla iba pintada con flores y cambiábamos pegatinas con mensajes ecologistas por vidrios y cartón en los bares donde repartíamos nuestra propaganda. También le planteamos a la gente que se quejara al Ayuntamiento, vía teléfono o postales de protesta, sobre la falta de un servicio que solucionara el problema de la recogida de residuos para reciclar. Logramos que el Ayuntamiento "mordiera el anzuelo". Finalmente nos dejó un Land Rover y un almacén. Vamos tirando con eso".

XENN. Rosalía de Castro.
Casa de Xuventude. Noia s/n.
15200 A Coruña.

Alberto, del Departamento de Medio Ambiente y Ecología de Comisiones Obreras de Málaga, comenta cómo se logró el Acuerdo Andaluz sobre residuos, no sólo abarcando la problemática de la reutilización sino también del Consumo, y cómo estas dinámicas han generado la inclusión de elementos de concienciación sobre estos temas en cursos para parados de larga duración.

Alberto Martínez Villar.
CC.OO. Málaga. C/ Muelle de Heredia, 26, 5ª. 29001 Málaga.
Tlf: 222.88.03 / 04 ó 222.66.00

El Taller se cierra con una larga explicación sobre cómo se lucraron las grandes compañías cuando hace unos meses el papel reciclado aumentó de tres pesetas a 14 por un kilo, y luego volvió a bajar a cuatro, discusión que se cerró con la recomendación de Tate, de Torrelavega, que resume la postura ética de los participantes: "debemos seguir recogiendo el papel aunque baje el precio, tanto para mostrar que para nosotros esto no es un negocio como para continuar dando un servicio a los ciudadanos."



Cada grupo aportó sus estilos y métodos al Encuentro.

Foto: Julian, R que R (Albacete).

(1) Antonio se refiere a la separación de la basura en bolsas o recipientes de contenidos diferentes (papel, cartón y vidrio) para que al momento de recogerlo con el camión, puedan colocarse directamente en cualquiera de los tres segmentos distin-

Programa Horizon Taburiente-La Palma

Reconvirtiendo tierras y plantas, hombres y mujeres

Carlos Fernández

Gestión de alojamientos para Turismo Rural, gestión de Recursos Naturales, Horticultura Ecológica y Transformación Agroalimentaria son las cuatro vías elegidas por la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER) para reincorporar sociolaboralmente a tres colectivos específicos: Mujeres sin empleo anterior, jóvenes con más de un año de paro y personas mayores de 45 años en situación de desempleo, acogándose a fórmulas de economía social a la hora de definir vías de desarrollo de la actividad empresarial.

EL Programa HORIZON Taburiente-La Palma, gestionado por la Federación de Iniciativas Sociales del Norte de La Palma (Federación ISO-NORTE) y desarrollado en los municipios de Garafía y Puntallana, supuso a lo largo del año 95 la generación de unas expectativas de inserción laboral desconocidas hasta ahora en la comarca.

Tras realizar un análisis sociolaboral de esta zona, el programa HORIZON centró su atención en tres colectivos específicos: mujeres sin anterior empleo, jóvenes con más de un año de paro y mayores de 45 años en situación de desempleo, todos ellos sectores poblacionales con importantes carencias de cara a su inserción laboral.

Por otro lado, se comprobó que existían unos segmentos para nuevas actividades económicas emergentes en la Isla: es el caso del Turismo

Rural, así como diferentes vías para relanzar y valorar los productos agrarios desde actividades como la agricultura ecológica o su transformación en productos de la repostería tradicional de La Palma.

El Programa se ha desarrollado a partir de una fase formativa de seis meses, tras la cual se inició el proceso de inserción laboral del alumnado de cada una de las áreas formativas.

Estas áreas de formación han sido cuatro: gestión de alojamientos para Turismo Rural, gestión de recursos naturales, horticultura ecológica y transformación agroalimentaria.

A raíz de cada una de estas cuatro áreas formativas se ha generado un proceso independiente y paralelo para cada una de ellas aunque directamente interconectados, que podemos detallar de esta forma:



El Turismo Rural en La Palma ofrece espacios de incorporación sociolaboral.

GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS PARA TURISMO RURAL:

Con un grupo de mujeres, todas ellas residentes en el municipio de Garafía, se ha generado un proceso conducente a su formación y preparación en una figura denominada "Prestataria de Alojamiento de Turismo Rural" cuya función consiste en atender los servicios propios de este tipo de alojamientos en el municipio. Así mismo, debido a las carencias organizativas un grupo de mujeres se asesoró y apoyó en la organización de la cooperativa AHOREN.

GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES.

Se ha realizado un proceso para formar a un grupo de ocho

jovenes en el campo de los recursos naturales del municipio a través de la implantación y gestión de un albergue en el centro de dinamización rural de San Antonio del Monte. Para ello estos jovenes se han constituido en asociación (Asociación IBAKKEN), como paso intermedio hacia la formación de una cooperativa de trabajo asociado.

HORTICULTURA ECOLÓGICA.

A través de una creciente demanda de este tipo de productos en el mercado agroalimentario insular, se ha llevado a cabo, con un grupo de agricultores de la zona Noroeste de la Isla, un proceso formativo conducente a que cada uno aplicara en sus propias fincas lo aprendi-



La gran variedad de productos agrarios influye en la repostería familiar palmera

do. Paralelamente se generó una dinámica semejante con el área formativa de gestión de Recursos Naturales, mediante la creación de la asociación ACHORON, como paso interme-

dio para la posterior creación de una empresa de economía social.

TRANSFORMACIONES AGROALIMENTARIAS.

La gran variedad de productos agrarios en situación de asilvestramiento (frutas de temporada, hierbas, plantas aromáticas y medicinales, etc.) indujo a la implantación de un área formativa que valorara estos productos y los introdujera en la repostería tradicional palmera. Para ello, con un grupo de mujeres del municipio de Puntallana, se ha desarrollado un proceso de formación que ha revertido en la preparación de los primeros pasos de una empresa de elaboración y comercialización de productos reposteros, tales como dulces al horno, mermeladas y confituras, etc.

Como conclusión, se hace necesario recalcar que, aunque cada iniciativa desarrolle una actuación enfocada hacia la inserción laboral de forma paralela al resto, en general se observan una serie de propuestas de actuación comunes

tales como acogerse a las fórmulas de economía social a la hora de definir la vía de desarrollar la actividad empresarial, la implementación de cada una de las iniciativas con el resto, y, por último, resaltar el aspecto sociocultural dentro de un conjunto de acciones de apoyo para el desarrollo y consolidación de la iniciativa empresarial.

PROYECTO COMUN DE TRES REDES

Formación - Información - Investigación

R.E.P.R.I.S., Red Española de Promoción e Inserción Sociolaboral, **R.E.A.S.**, Red de Economía Alternativa y Solidaria, y **A.E.R.E.S.S.**, Asociación Española de Recuperadores de Economía Alternativa y Social, son tres asociaciones que, en el ámbito de la Economía Social, agrupan el mayor número de entidades españolas. Se dedican al desarrollo local de ésta y a la inserción sociolaboral.

Las tres entidades presentan el proyecto de creación de una estructura básica y abierta que permita concentrar esfuerzos y aunar estrategias para conseguir un efecto multiplicador de sus actuaciones. Por ello, estos grupos se han asociado con el **C.I.E.S.** (Centro de Iniciativas de la Economía Social), formado por catedráticos y profesores de la Universidad de Barcelona, para constituir una plataforma que persiga:

- Optimizar la gestión de las entidades
- Desarrollar una política común
- Presentar una intermediación válida, eficaz y cohesionada
- Buscar formas de integración en una estructura europea análoga.

Para alcanzar estos objetivos serán necesarios tres instrumentos: información, formación e investigación.

Un Circuito de Formación

Es una herramienta que proporcionará una base común de diálogo, y con ello la posibilidad de poner de manifiesto las carencias y problemáticas del sector. Se centrará en las siguientes materias:

- * Gestión y dirección de una Entidad de Economía Social
- * Integración en la red: funcionamiento y uso de la Red Informática
 - * Recursos humanos y Conducción de Grupos
 - * Financiación: Técnicas y Orientación Actual.

Cada una de las materias constituye un módulo lectivo que está pensado para ser impartido en cuatro localizaciones –Andalucía, Cataluña, Extremadura y País Vasco–.

Una Red de Información

Una red teleinformática que fomentará y dinamizará la comunicación con la finalidad de desarrollar iniciativas y proyectos de interés común.

A través de este sistema se constituirá un centro de documentación que permitirá centralizar toda la información de naturaleza técnica, jurídica, económica o estadística relativa al sector, junto con los datos generados por las actividades de las entidades asociadas.

Herramientas para la Investigación

Analizar las expectativas de desarrollo futuro y establecer los cauces de adaptación a la evolución del entorno ayudará a estructurar el sector de las entidades de interés social. Para ello nos proponemos elaborar estudios que investiguen modos de financiación, tales como mecenazgo social, esponsorización, patrocinio, evolución de los fondos de subvención públicos, comercialización, ahorro solidario, modelos bancarios alternativos, etc.; De inserción socio-laboral, referida a servicios, cooperativas y otras formas de trabajo asociado, y técnicas medio-ambientales: situación actual y tendencias futuras de reciclaje y conservación del entorno.



AERESS



REAS
RED DE ECONOMIA
ALTERNATIVA Y SOLIDARIA



Red Española de Promoción e Inserción Socio-Laboral
Diputación Provincial de Badajoz.

Profesionales por la experiencia.

Una visión de / desde la marginación.

Después de participar en el Seminario Internacional sobre iniciativas de inserción social en América y Europa, realizado en Barcelona a finales del año pasado, y conocer las múltiples experiencias de quienes en muchas partes del mundo trabajan con excluidos, **Romá Fortuny** constata en este artículo, cuya primera parte presentamos ahora, la percepción social de que son objeto las empresas de inserción sociolaboral por los investigadores universitarios, y las distancias ¿complementarias, quizás? que existen entre estos y quienes trabajan directamente con los marginados.

Colectivos de base que en su día decidieron estar con y para lo más desfavorecidos de la sociedad catalana y del Estado Español.; Profesores de Universidades de casi todos los países de Europa más dos de Estados Unidos y Canadá.; Empresarios o representantes de empresas.; Profesionales de la economía y, a ratos, algún parlamentario.

Todas estas personas nos hemos reunido durante tres días para conocer las experiencias significativas de estos países, avanzar conjuntamente y descubrir el horizonte inmediato de nuestras iniciativas en el mundo en que estamos.

La Dra. Vidal, Catedrática de la Facultad de Económicas de la Universidad de Barcelona, dijo, en el acto inaugural del seminario, que iniciábamos la aventura de encontrarnos personas que pasan las horas en sus gabinetes de estudio e investigación con personas que pasan la vida en la "arena" de plazas y calles, cerca de los excluidos y empobrecidos del sistema económico y social; el objetivo era aprender de las experiencias de vida de unos y de los hallazgos científicos de los otros.

Las reflexiones que vamos a exponer aquí las hacemos los de la "arena"; ¿que hemos aprendido estos días? ¿que ha pasado por la cabeza y el corazón de quienes queremos andar con los pobres,

después de estas intensas horas de trabajo y comunicación?

DIFERENCIAS ENTRE SERVICIOS SOCIALES Y EMPRESAS DE REINSERCIÓN

Ante todo, manifestar nuestra sorpresa por encontrarnos en un Seminario como éste. Nuestros grupos tienen una media de diez años de existencia. Empezamos para dar respuestas, desde intentar una coherencia entre la vida y nuestras ideas a atender los vacíos y problemas que surgen en nuestro entorno. Somos pequeños, nos movemos en el ámbito local, subsistimos con muchas dificultades; la gente que nos observa nos tiene por "soñadores". Nunca pues, podíamos imaginar que los científicos se pudieran interesar por lo que vivimos y hacemos. Estos días nos hemos encontrado "como en casa", con un mundo que habíamos considerado lejano y difícil.

Esta constatación nos sorprende y nos hace sentir unas responsabilidades que desconocíamos. Hemos sabido que nuestras iniciativas, aunque no lo pareciera, no se quedan en una realidad doméstica, sino que nuestra manera de actuar puede influir de una forma muy activa en la sociedad.

Otra cosa que hemos observado es que la característica común de nuestros grupos, el meollo de nuestro ser y hacer, está en creer y proclamar el valor de la persona como primer valor. Esto ya es una alternativa al Sistema.

Con la discusión de estos días nos queda más clara la distinción entre lo que son Servicios Sociales y lo que son empresas de reinserción para un mercado abierto. Esta aclaración nos sirve para distinguir y separar alguna de nuestras actividades y la manera de realizarlas. Es probable que todo ello nos lleve a una nueva autodefinition de los grupos y a la vez a asumir nuestras limitaciones para no querer hacerlo todo.

Hemos entendido que quiere decir inserción mediante una actividad económica. Este concepto supera lo que nos queda de asistencial, nos puede ayudar a perder algunos miedos que nos impiden ser fieles a las personas por querer serlo a nuestras ideas.

Es un avance, comprender que no importa tener miedo a ser empresa; entender que por no contaminarnos de capitalismo podríamos resultar híbridos y no responder a las necesidades de la gente.

Conocemos mejor que ya somos empresas de Economía Social, es decir, empresas de servicios, alternativas por

su configuración, aunque no gocemos de un reconocimiento legal.

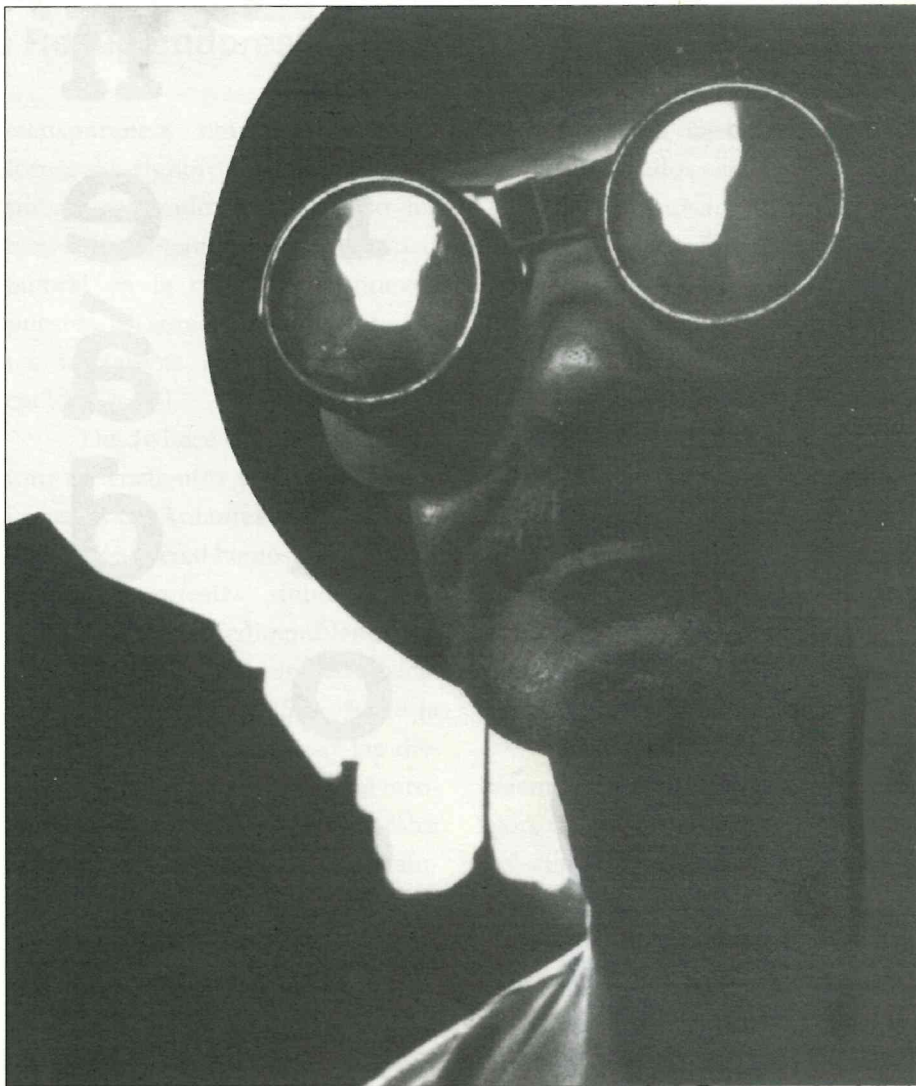
Nos han dicho que las microempresas de ámbito local son un buen instrumento alternativo porque su actuación puede ser más personalizada, por tanto cualitativamente mejor, y al ser un grupo reducido es más fácil y viable la incorporación de los vecinos, lo que fomenta una ciudadanía cívica. El protagonismo de estos grupos procede más de la persona que los integra que de la actividad que realizamos. Es un trabajo que dignifica y hace crecer.

PROFESIONALIDAD Y SENSIBILIDAD

Hemos hablado de la necesidad de la profesionalización. No hemos de tener miedo a que los profesionales cualificados intervengan en nuestras actividades. Nosotros somos trabajadores, tenemos la tradición de vernos reconocidos como unos "buenos profesionales": la experiencia, la formación informal y una reflexión permanente nos capacitan a pesar de no tener titulación académica. Pensamos que esta valoración ha de mantenerse. Este Seminario es un buen ejemplo de cómo puede lograrse una simbiosis entre profesionales universitarios y profesionales por la experiencia. Catedráticos y nuestros grupos por separado, no podría generar la riqueza de estos días. La conjunción de ambos es uno de los secretos del resultado. Necesitamos, pues, reconocer las dos profesionalizaciones.

Se nos ha de permitir que pensemos que no todo profesional es apto para nuestras iniciativas y actividades por el hecho de su titulación. Se requiere una aptitud añadida como es la sensibilidad —mejor una opción personal— por estas iniciativas.

Nos atrevemos a sugerir que deseamos profesionales que se acerquen con respeto al mundo de los excluidos, en el sentido de que su actitud sea de "aprendices" más que de sabios. Queremos pedir que no vayan con soluciones predeterminadas; que ante todo escuchen, observen, analicen, pregunten, estudien y conozcan la realidad de las personas con sus aspiraciones, sus mecanismos de



“Otra cosa que hemos observado es que la característica común de nuestros grupos, el meollo de nuestro ser y hacer, está en creer y proclamar el valor de la persona como primer valor. Esto ya es una alternativa al Sistema”.

existencia y de subsistencia. A medida que vayan haciendo el descubrimiento y la comprensión, que apliquen e integren sus conocimientos profesionales, todo aquello que el estudio y su preparación les ofrece.

Hemos constatado una vez más la necesidad de formación, pero no únicamente para conseguir una capacitación laboral, para trabajar mejor, sino para que cada persona pueda descubrir y aprender a ejercer su propio potencial, para que pueda crecer como tal persona.

Nos sorprende que profesores de este Seminario hayan dicho que nosotros

somos pioneros de una nueva vía de inserción social: la reinserción por la economía. Puede que, sin saberlo, también podamos ser pioneros en métodos o intuiciones para la formación de los excluidos, porque las necesidades y las dificultades de estas personas que forman nuestros colectivos nos obligan a inventar, a encontrar respuestas que no podemos copiar de ninguna parte porque continuamente aparecen necesidades nuevas y complejas.

(Continuará).

AERESS

Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria.

Nosotros somos los descendientes organizados del "Hombre del saco", típico rebuscador y recolector patrimonio de nuestra cultura y al cual debemos la valoración de la basura como el "hecho económico" que puede y debe permitir la autofinanciación y el empleo a partir del propio trabajo.

Nuestra asociación aglutina a diferentes colectivos con distinta personalidad jurídica (Asociaciones, fundaciones, cooperativas, S.A.L., etc.) que a partir de diversas iniciativas y objetivos (autoempleo, talleres ocupacionales, procesos de inserción, formación y educación medioambiental,) se dedican a la recogida, clasificación, manipulación y venta de objetos y materiales procedentes de los residuos sólidos urbanos.

LA PLANTILLA:

PRIMER PROTAGONISTA

Nuestra actividad de recuperación ha sido considerada tradicionalmente como marginal, patrimonio del lumpen social, sin ninguna connotación de "bien social o medioambiental". Pero actualmente esta actividad ha tomado una especial relevancia que viene dada por los avances en la Política de Residuos y sobre todo por la creciente conciencia ciudadana.

Nuestra organización laboral es asamblearia y democrática dando el máximo de participación y protagonismo a la plantilla trabajadora en la gestión directa de la actividad. Basándose así mismo, en la total

transparencia empresarial como forma de dignificar y revalorizar el trabajo realizado. Y derivando los beneficios obtenidos de la actividad laboral en la creación de nuevos puestos, así como el apoyo a diferentes iniciativas de solidaridad de carácter social.

Desde hace diez años, nuestro foro de encuentro y debate son las jornadas de **Amantes de la basura**, espacio en el cual hemos defendido y adquirido nuestra doble visión sociolaboral y medioambiental. Y con el ánimo de dar un paso hacia adelante nace **A.E.R.E.S.S.** desde la cual aglutinar y conexas las distintas iniciativas potenciando el reconocimiento y valoración de nuestra actividad laboral, social y medioambiental.

LOS OBJETIVOS

Nuestros fines ideológicos están basados en la consecución de un modelo de desarrollo económico sostenible y respetuoso con el medio ambiente que incentive el aprovechamiento y el posterior uso equilibrado de los recursos naturales, basado en la utilización de tecnologías limpias que no atenten contra el medio y/o la salud humana. En el campo laboral se apuesta por la modificación de los actuales conceptos de productividad laboral en beneficio de una mayor rentabilidad social, en la cual prime, por encima del beneficio económico, la solidaridad humana y social. Por consiguiente se defiende la figura de empresa de economía social solidaria.

Nuestros objetivos específicos quedan reflejados así:

* Impulsar el reconocimiento jurídico de la empresa de economía social y solidaria en la legislación laboral, así como su difusión a la población.

* Impulsar el reconocimiento jurídico de la función ecológica que desempeñan los grupos recuperadores.

* Reivindicar el espacio productivo de la recogida y recuperación de los residuos sólidos urbanos hacia colectivos de recuperación de economía social.

* Incidir en el reconocimiento, por parte de la administración, de los servicios que realizan los colectivos y por consiguiente llegar a desarrollar acuerdos y convenios de prestación de servicios a nivel económico y/o de infraestructuras.

* Desarrollar la formación profesional de las personas integrantes en los grupos en función de los diferentes métodos de trabajo en nuestro campo.

* Desarrollar un gabinete de formación en el campo de la inserción sociolaboral ampliando conceptos de marginalidad.

* Desarrollar un gabinete de formación medioambiental basado en el diseño de líneas de actuación que cambien los actuales hábitos de consumo despilfarrador.

* Creación de un gabinete técnico que contemple aspectos jurídicos y económicos que refuercen la labor social y ecológica de los diferentes colectivos de recuperación.

REAS

Red de Economía Alternativa y Solidaria

LA NECESIDAD DE UNA RED PROPIA

Infinidad de experiencias nacen y se mantienen en el conjunto del territorio del Estado Español. Son iniciativas distintas; unas surgen como solución a los graves problemas de pobreza y marginación, otras como un intento de mejorar el Medio Ambiente —las energías renovables, las fincas ecológicas o las ricas experiencias de Reciclaje de Residuos Sólidos urbanos son buenos ejemplos—, otras terceras enfocan sus inquietudes y solidaridad en el comercio Justo y Solidario.

Todas ellas tienen un denominador común: la necesidad de la Solidaridad, ya sea en el propio territorio, ya sea hacia el exterior del mismo. Este factor unificador refleja esfuerzos constantes y permanentes para que la gestión empresarial o comercial obtenga buenos resultados para las personas y para el entorno que las envuelve.

Estas iniciativas han sido y son sostenidas con un enorme esfuerzo militante; las aspiraciones de lucro se ven sustituidas por sentimientos de respeto al Medio Ambiente, de apoyo a jóvenes en paro y de deseos de orientación hacia iniciativas empresariales o de relaciones comerciales justas.

Sin embargo, junto a estos esfuerzos y valores, hallamos dificultades de gestión empresarial y de supervivencia de los propios proyec-

tos. Pero, sobre todo, encontramos la necesidad de poder configurar estas diversas iniciativas como proyectos "alternativos" distintos al sistema reinante tanto en su contenido como en sus objetivos y pretensiones de configurarse como nuevos núcleos de hacer económico, social y comercial.

Para ello, necesitamos coordinar todos y cada uno de los esfuerzos y analizar los problemas e inquietudes que cada una de las iniciativas refleja. Debemos unir fuerzas para dar coherencia y presencia a unas realidades palpables en muchos lugares del territorio español. Así esta acción coordinativa reflejará una realidad que ya existe y que tiene deseos de emerger alternativo.

LOS CRITERIOS DE COORDINACIÓN DE UNA RED ESTATAL.

No se trata de desarrollar coordinaciones estatales sin que éstas, en la medida de lo posible, se asienten en realidades Locales, Regionales o Nacionales. Todo lo contrario, debemos dar una importancia vital a unificar esfuerzos en el ámbito de lo más próximo, para así posibilitar el crecimiento de las ideas y formas empresariales alternativas, el trabajo colectivo de formas de economía local y la constitución de Redes o ayudas entre las propias fuerzas sociales de nuestro entorno. Puede que hoy por hoy esto sea posible de una forma desigual, pero,

sin lugar a dudas, debemos centrar nuestros esfuerzos en esta línea de criterios organizativos.

Este proceso de abajo-arriba deberá asentarse en un criterio de autonomía. No planteamos una acción centralizada o dirigida; buscamos constituir, desde la autonomía de cada iniciativa en particular, una estructura donde sea posible la discusión de ideas, el intercambio de iniciativas o experiencias e, incluso, la creación de posibles Redes de Comercialización. Y, junto a todo ello, satisfacer la necesidad común de constituir una imagen real de la empresa alternativa solidaria.

Sin embargo, al mismo tiempo que mantenemos esta dinámica organizativa autónoma, es necesario asegurar las vinculaciones que, como Red Estatal, establecemos tanto con otras Redes del Estado Español (como pueden ser Pobreza, REPRIS, Recuperadores, etc.) como a nivel Europeo (en concreto con REEAS, con la que mantenemos una estrecha y vinculante relación).

Las empresas Alternativas y Solidarias aportan cuotas, una parte de los beneficios, para constituir redes Locales, Regionales o Nacionales. Asimismo se responsabilizan, a través de una cuota estatutaria, de los gastos de la Red Estatal y de la Europea. Creemos imprescindible constituir una estructura organizativa ágil, autónoma, participativa y con capacidad para ser un punto de referencia alternativa.

LAS EMPRESAS ALTERNATIVAS QUE FORMAN LA RED

Se constituyen bajo formas jurídicas distintas, pueden tener actividades variadas y responder a necesidades diferentes. Aunque se ajustan a los requisitos de la economía local, también responden a todo lo que puedan ser iniciativas de Solidaridad y de lucha contra el Paro y la Pobreza –aunque éstas superen el marco puramente local–. Estas empresas configuran un espacio respetuoso con el Medio Ambiente, que trata de integrar en su funcionamiento a personas procedentes del paro –sobre todo de los sectores que más gravemente padecen este problema–, e intentan desarrollar una actividad que conduzca a la creación de puestos de trabajo permanentes.

Pretenden ser centros de actividad distintos, para configurarse como puntos de referencia dentro de la sociedad, constituyendo, en la medida de sus posibilidades, un entroncamiento alternativo entre la actividad económica y el entorno social que la envuelve.

Unas relaciones con el entorno social que deben basarse en la búsqueda de relaciones participativas basadas en el apoyo y la solidaridad mutua, en la necesaria y constante información de los procesos y desarrollos que se realicen, así como en el control de los objetivos que mutuamente se planteen. Estas empresas definen su funcionamiento interno y externo de forma democrática y participativa.

“Iniciativas que surgen como solución a los graves problemas de pobreza y marginación, otras como un intento de mejorar el Medio Ambiente –las energías renovables, las fincas ecológicas o las ricas experiencias de Reciclaje de Residuos Sólidos urbanos son buenos ejemplos–, otras terceras enfocan sus inquietudes y solidaridad en el comercio Justo y Solidario”.



REPRIS

RED ESPAÑOLA DE PROMOCIÓN E INSERCIÓN SOCIOLABORAL

UNA PROPUESTA DE INTERCONEXIÓN SOCIAL CON FUTURO

Nos encontramos en una sociedad donde surgen oportunidades que permiten revolucionar la vida y dar mayor bienestar a la humanidad; sin embargo, al mismo tiempo, se desarrollan una serie de hechos injustos en forma de nuevas marginaciones sociales y de explotación económica. La sociedad actual requiere de una estructura dinámica de comunicación y trabajo asociativo para conseguir superar las dificultades de los colectivos que sufren la marginación del sistema socio-económico en forma de paro, de exclusión social y de discriminación.

La respuesta asociativa de los colectivos representa un paso decisivo en la lucha contra la desigualdad y la injusticia y en la consolidación y profundización de la democracia. Los nuevos valores que encarnan estos principios están presentes en la configuración del trabajo de la Red REPRIS (Red Española de Promoción e inserción Sociolaboral).

Las asociaciones e instituciones que se han asociado en torno a la red REPRIS tienen en común la voluntad de colaborar y favorecer, a través del intercambio de información y de experiencias, la calidad de las múltiples iniciativas que desarrollan en España. La creación de empresas de inserción que permitan asegurar el empleo es vital para la integración de importantes colectivos que hoy día están al margen de los beneficios de la sociedad española.

La mayoría de los promotores de REPRIS participan activamente de la Iniciativa Comunitaria de Recursos Humanos HORIZON. Al crear esta Red de comunicación e intercambio de experiencias lo que se pretende es favorecer el desarrollo y la calidad de los proyectos que forman parte de ella.

Las organizaciones que conforman REPRIS no poseen ánimo de lucro y, a través de un funcionamiento dinámico en grupos de trabajo y comisiones, y utilizando múltiples recursos humanos y técnicos, se plantean la creación de empresas de inserción, la formación y la inserción sociolaboral. La interconexión de las diferentes iniciativas genera nuevas posibilidades que serán aprovechadas, a nivel nacional y de la Unión Europea, como una forma de lucha contra la desigualdad, la marginación y la pobreza de los colectivos que no tienen acceso a los beneficios del sistema.

PRINCIPIOS DE REPRIS

- Creación de un nuevo concepto personal y empresarial: en una sociedad como la actual, en la que junto a los avances positivos se desarrollan enormes degradaciones humanas, sociales y medioambientales, REPRIS considera necesario hacerse eco, en unión con otras redes y de acuerdo con el sentir de la propia Unión Europea, de un sentimiento y de unos objetivos tendentes a constituir, en el ámbito del Territorio Español, una Red con capacidad para generar proyectos de reinserción sociolaboral, formativa o de otra índole.

Estos han de ser generadores de nuevos conceptos empresariales y personales: respeto al medio ambiente, lucha contra el paro y la marginación social, criterios de pensamiento y de funcionamiento más democrático, la vivencia de una sociedad cada vez más diversificada y plural, etc.

- Intercambio, solidaridad y justicia: el intercambio de experiencias y metodologías, unos objetivos unificados y respetuosos con las distintas realidades y el necesario esfuerzo humano para sus logros serán, con seguridad, una gran aportación hacia una Europa más justa y solidaria.

LOS OBJETIVOS: INSERCIÓN SOCIOLABORAL E INTERCONEXIÓN EUROPEA.

El objetivo de REPRIS es coordinar y apoyar las distintas iniciativas del denominado proyecto Europeo HORIZON que tengan como función la inserción laboral de personas desfavorecidas con problemáticas sociales distintas. Esto se puede realizar a través de formación, de los oportunos procesos de integración en trabajos por cuenta ajena o de la constitución de empresas de inserción.

Se trata de crear una Red Asociativa con capacidad para intercambiar experiencias, valorar las labores realizadas e incrementar el trabajo de cada centro o iniciativa particular y de la propia red.

A la vez, dentro de esos objetivos de ámbito nacional, REPRIS pretende una progresiva y permanente

relación con otras iniciativas europeas que sinteticen y reflejen ciertas similitudes.

Está clara la necesidad de enmarcar unos objetivos de colaboración y, a la vez, de exigencia —en la medida de nuestras posibilidades— con todas las Administraciones Autonómicas y del estado Español para constituir un marco jurídico que apoye y legalice, como en otras áreas de la Comunidad Europea, a las denominadas empresas de inserción.

LAS ACTIVIDADES

– Información, intercambio, encuentro: El conjunto de las actividades de REPRIS viene definido por el consta-

te flujo de datos que los centros aportan sobre sus necesidades en aspectos como “reciclaje” de monitores, intercambios para fortalecer experiencias, encuentros nacionales en apoyo a los proyectos, intercambios de alumn@s, de profesorado, etc.

Organización de encuentros, seminarios o realización de estudios que potencien la Formación de formadores de los proyectos o centros organizados.

– Asesoramiento: Ayudar con todos los medios posibles y disponibles a resolver los problemas técnicos, metodológicos o de elaboración de nuevos proyectos que puedan surgir, ya sea a través de intercambios o de

traslado de técnicas de un centro a otro. REPRIS trata de facilitar el acceso a las diferentes fuentes de financiación existentes para favorecer la realización de los programas. Básicamente se trata de dar respuestas a las diversas problemáticas que una actividad de inserción sociolaboral conlleva.

– Trabajo en equipo: se potencia como un elemento básico de la actividad, un funcionamiento por separado, en Comisiones de Trabajo, según la dedicación de cada centro realiza, siempre bajo el criterio común característico de REPRIS: la inserción sociolaboral.



“Creación de un nuevo concepto personal y empresarial, de un sentimiento y de unos objetivos tendentes a constituir una Red con capacidad para generar proyectos de reinserción sociolaboral, formativa o de otra índole: respeto al medio ambiente, lucha contra el paro y la marginación social, criterios de pensamiento y de funcionamiento más democrático, la vivencia de una sociedad cada vez más diversificada y plural”.

LA ECONOMÍA ALTERNATIVA, JUSTA Y SOLIDARIA.

DIVERSIDAD, VALORES, TEMAS DE ACCIÓN.

En los espacios alternativos que existen en todos los países europeos confluyen diversas redes o movimientos que se mueven en el entorno de la Economía Alternativa y Solidaria.

- Son diversos en cuanto a su origen filosófico, participando del intercambio de nuevas ideas y nuevas prácticas, así como de la redefinición de las anteriores fronteras ideológicas.

- Son diversos en cuanto a su anclaje social, agrupando tanto a gente del mundo rural como urbano, a jóvenes y a jubilados, a asalariados y emprendedores, activos y parados, artesanos y comerciantes.

- Son diversos en cuanto a sus formas de organización, mezclando asociaciones, cooperativas, empresas clásicas, formales o informales, coordinadoras locales, sectoriales, vida comunitaria...

Pero tienen en común fuertes preocupaciones y determinados valores, entre los que destacan la AUTONOMÍA, la SOLIDARIDAD y la IGUALDAD, a partir de los cuales se produce una lectura diferente de la economía en todas nuestras sociedades: registro y cálculo de la moneda, naturaleza de los productos, etc. son cuestiones puestas en discusión en la Economía Alternativa y Solidaria.

La emergencia de estos interrogantes y preocupaciones corresponden a la exigencia social de nuevas regulaciones en base a criterios y métodos alternativos a las políticas gubernamentales diseñadas para salir de la crisis y que se usan a velocidades aceleradas.

Opuestos por definición a los métodos autoritarios, alejados de un liberalismo sin control pero igualmente conscientes de los límites patentes de la intervención del Estado-providencia; estas regulaciones pasan por la emergencia de nuevos marcos de democracia económica que hacen a las personas y a las poblaciones nuevos actores del desarrollo sostenible. La transición hacia este objetivo pasa inevitablemente en nuestros países por:

- la toma en consideración y valoración como trabajo social de formas de actividad hoy no reconocidas, como por ejemplo el trabajo doméstico.

- la extensión del lugar y papel de los consumidores.

- el refuerzo de la participación de los productores en la definición de los productos y en el control de su impacto.

- el reequilibrio de los territorios y los espacios por la modificación de los movimientos migratorios, y la ruptura progresiva con la hiperconcentración de la megápolis.

- el apoyo a las modernas tecnologías de convivencia, ahorradoras de recursos y energías, generadoras de participación y de reparto más que de monopolización.

- el reconocimiento de las iniciativas cooperativas y ciudadanas como tercer sector de la economía social de mercado, parte integrante de una economía mixta democrática.

Frente a la mundialización sin control de los intercambios, supone reformas profundas de las relaciones internacionales.

La renegociación de la deuda del Sur, la definición de espacios regionales protegidos en los que puedan establecerse mercados y producciones, la adopción de nuevas normas de fijación de precios y pagos para las materias primas, son además inseparables de la emergencia de Nuevas Autoridades Mundiales en materia Económica y Social aptas, frente al dumping social y la especulación, para establecer normas equitativas de comercio, de derecho del trabajo y de protección del medio-ambiente.

En esta dialéctica entre reformas locales y reformas globales, entre evolución de proximidad y cambios sobre más grandes espacios, la Economía Alternativa y Solidaria se inscribe como portadora de un cambio de valores y de comportamientos, en la perspectiva de un humanismo renovado.

REALIZACIONES, LÍMITES ACTUALES

Según esta lógica, los movimientos en favor de otra economía comportan no sólo una crítica abstracta de las lógicas dominantes sino realizaciones concretas que anticipan cambios más profundos.

Por la fuerza de las cosas, estas realizaciones se orientan a menudo sobre campos o sectores de actividad olvidados, maltratados, no valorados por la empresa clásica ni por el Estado o poco accesibles para las grandes organizaciones: agricultura sana, salud comunitaria, escuelas paralelas, culturas diferentes, servicios personales, nuevas energías, viviendas, periódicos...

A menudo se implantan en territorios con grandes dificultades: regiones desertificadas, barrios abandonados, ...

Frecuentemente han implicado a grupos marginalizados por el paro y la crisis urbana: jóvenes de barriadas periféricas, inmigrantes sin domicilio fijo, etc. Pero tienden también casi siempre a ampliar sus círculos de acción (artesanía, comercio, seguros, nuevos materiales, vivienda, transportes) evidenciando de esta forma que su campo de aplicación no sabría limitarse a espacios otorgados o dejados al abandono por los sistemas dominantes y sus objetivos concernientes a toda la sociedad.

Sin embargo, muy pocas de estas realizaciones han conseguido operar algún tipo de unión con instituciones o con organizaciones más antiguas, especialmente con las del movimiento histórico de las cooperativas en razón del peso que ejercen sobre estas estructuras los aparatos corporativos y las rentas de situación.

Más predispuestas, por tanto, a innovar que a reformar lo antiguo, se despliegan, salvo excepciones notables, en el marco de unidades de pequeña dimensión, con un bajo nivel de efectividad y, sobre todo, con poca capacidad de capitalización.

Su impacto pedagógico es innegable, y sus realizaciones (por su nivel cualitativo y la relación costes-resultados), excelentes, aunque su capacidad es aún insuficiente para su difusión y visibilidad.

Incluso en algunos casos, el Estado o las grandes empresas privadas se han apoyado en sus métodos, en sus innovaciones o en sus productos, vaciándolos ampliamente de su contenido o de su radicalidad.

Esta situación conlleva para estas iniciativas un cierto impedimento para comunicar y valorizar sus logros. Este pequeño margen vuelve aleatoria la investigación, así como la cooperación de una empresa o de un sector con otro, la formación de redes y el acceso a mercados de cierta dimensión.

Existe, pues, un umbral a franquear en la mayor parte de nuestros países en el sentido de la emergencia de redes nacionales, de intercambios temáticos, de reuniones y ferias locales, jornadas, etc...

LA ECONOMIA SOCIAL: LA CREACION DE UNA ALTERNATIVA

La empresa privada capitalista y la empresa pública, a pesar de su supuesta hegemonía, no son los instrumentos exclusivos de la actividad económica mundial.

De la mano de diversas organizaciones sociales y como herederos de las doctrinas colectivistas, se han venido potenciando una amplia tipología de empresas mutualistas y colectivas, cuyo motor es la asociación de las fuerzas humanas para la creación de riqueza, su producción, distribución, consumo y reparto social.

Pero, al igual que ocurre en la actualidad con el término Economía

Alternativa, existe una amplia gama de matices a la hora de intentar definir qué se entiende por Economía Social. Si bien en Alemania y Austria se entiende sobre todo la empresa de titularidad pública como símbolo de Economía Social, en Suecia se le asocia exclusivamente al sistema cooperativo y en Francia han tenido un auge importante las mutuas, asociaciones y las cooperativas como columna vertebral de la Economía Social.

Sin embargo, en España, Portugal y Grecia, la Economía Social responde más bien a nuevos conceptos de empresa, que se distancian de las tradicionales doctrinas galas o germánicas.

De todo este amplio espectro de conceptos, podemos sintetizar una serie de rasgos comunes de la Economía Social:

- El sector formado por las empresas de la Economía Social se diferencian por sus orígenes y mecanismos de gestión, tanto de la economía clásica de carácter capitalista como de la estricta economía pública o estatalizada.

- Dentro de la lógica empresarial se sustituye el interés particular por el interés social; se suplanta el beneficio capitalista por el beneficio social, entendido éste último no sólo como el beneficio "socializado" entre los componentes y los protagonistas de las entidades, sino como el beneficio producido para el conjunto de la sociedad.

- Se eliminan los principios mercantiles de la representación de la voluntad societaria, que otorgan la decisión y el control al capital, y se adoptan mecanismos de autogestión.

- Autonomía del Estado y de los poderes públicos, aunque colabora con éstos por su propia vocación social.

- Las entidades de Economía Social son sociedades de personas, pero se estructuran siempre como empresas, con las técnicas adecuadas para ello. Por definición tienen finalidad económica.

- No son sociedades de defensa del individuo ante el hecho económico.

- Sus protagonistas abordan y resuelven íntegramente, desde la óptica económica, todas las necesidades de la actividad humana.

TIPOS DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

Una vez definidos los rasgos fundamentales de la Economía Social, pasaremos a reseñar los tipos de empresas de Economía Social:

* Sociedades Cooperativas.

* Sociedades Mutualistas (sector seguro y asistencia sanitaria).

* Asociaciones gremiales, cofradía de pescadores.

* Asociaciones de promoción del ocio, servicios sociales, cooperación al desarrollo y aquellas que cada vez tienen una mayor influencia por su actuación en sectores emergentes.

* Fondos de Pensiones de titularidad privada y control de los partícipes y promotores.

* Cajas de Ahorro, Rurales y Populares de origen social y propiedad semipública.

* Sociedades mixtas de capital y trabajo (S.A.L.)

* Empresas sindicales.

Lejos de ser una realidad marginal en el contexto económico europeo, las empresas de Economía Social representan una alternativa de presencia incuestionable. Existen en la UE un total de 115.000 cooperativas con 60 millones de socios, que dan trabajo a 2,5 millones de personas. Esto significa que el 50% de la población activa europea es cooperativista

(lo que representa el 20% de la población total de la región).

Lógicamente, no todas las realidades empresariales de la Economía Social comparten orígenes comunes ni se mueven por los mismos principios rectores. La solución a la problemática sociolaboral de numerosos colectivos ha sido una de las principales fuentes de creación de organizaciones de Economía Social. Esto ha marcado el funcionamiento originario de la organización y ha supuesto una falta de formación y capacitación empresarial básica para el buen funcionamiento de la empresa.

Ante el cuestionamiento que la Economía Alternativa hace de los mecanismos económicos tradicionales y su preocupación por el respeto al medioambiente y el ser humano, nos encontramos con un tramado, aún poco definido, de organizaciones empresariales que desarrollan actividades que por su tipología se incluyen dentro de la Economía Alternativa. Pero esta actividad alternativa no puede desarrollarse, a nuestro entender, fuera de un marco organizativo que no garantice la democracia y la autogestión. No sólo se trata de conseguir organizaciones de alto rendimiento sino que se pretende construir un entramado de organizaciones donde la participación de la persona vaya más allá de un sistema laboral retribuido y donde la colectivización del trabajo y el beneficio suponga un cambio en las relaciones de trabajo y capital.

De esta manera, podemos afirmar que existe una relación entre Economía social y Economía Alternativa. Podríamos ir más lejos, al constatar que no podemos construir un modelo de Economía Alternativa si no asimilamos los mecanismos de la Economía Social. Aceptar los principios básicos de la

Economía Social es una premisa necesaria para hablar de Economía Alternativa, porque no toda experiencia de Economía Alternativa puede catalogarse de Economía Social y viceversa. aunque a nuestro entender, y desde la óptica económico-social, una organización de Economía Alternativa (de facto) sí constituye una alternativa al modelo tradicional, mientras que una organización de Economía Alternativa (por actividad) que no contemple en su organización los principios sociales no deja de ser algo anecdótico, pudiendo suponer una innovación de mercado, pero con escasa capacidad transformadora de la realidad.

Un ejemplo de lo expresado anteriormente, lo podemos encontrar en la Agricultura Ecológica. Por concepto, se trata de una actividad de Economía Alternativa. Su desarrollo puede aportar cambios importantes en el comportamiento del consumo de este tipo de productos e incluso puede suponer una salida a una parte del agro nacional, pero si esta actividad no se dota de un sistema organizativo que garantice la participación de todos los implicados en el proceso, no dejaremos de estar frente a una actividad más (sujeta a los vaivenes de las modas) con escasa capacidad de presentar alternativas al modelo imperante.

Consideramos que el movimiento de Economía Alternativa viene a dar una nueva visión de la "tercera vía", más global e interrelacionada con los mecanismos mundiales de comercio y con las partes integrantes del sistema, donde se cuestiona el contenido y la forma de la relación del ser humano con su entorno socio-económico.

nos

¿Quién podrá salvarte?

imagina



Durante muchos años, la contradicción entre pensar y sentir de una manera solidaria, por un lado, y tener que sobrevivir económicamente en una sociedad deshumanizante y mercantilizada, por otro, hizo estallar multitud de conciencias y proyectos de vida alternativa. Muchas y muchos terminaron incorporándose a un sistema que negaba la posibilidad de vivir de acuerdo a las propias ideas y convicciones. Hoy ya es posible unir ambos extremos en un sólo esfuerzo creativo:

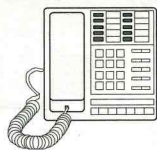
Reciclaje y recuperación, autogestión y cooperativismo solidario, comercio justo con el Sur, grupos de reinserción social, banca y financiación ética, iniciativas contra el paro, agricultura ecológica y social, consumo responsable, economía comunitaria, ecomensajeros en bicicleta, Redes de empresas sociales y alternativas.

Apellidos _____ Nombre _____
 Domicilio _____ Población _____
 Distrito postal _____ Provincia _____ Teléf. _____
 se suscribe por un año (seis números) a la revista **IMAGINA**
 a partir del nº _____

- PRECIO:**
- Suscripción normal 1.250 ptas.
 - Europa, Latinoamérica, África, US. \$20.00
 - Suscripción "mecenas"
 - Suscripción ayuda 2.000 ptas.
 - Resto del Mundo US. \$30.00

FORMAS DE PAGO:

Domiciliación bancaria (rellenar boletín adjunto)
Transferencia
 a La Caixa, 2100 2269 18 0200033461.
 entidad oficina D.C. Nº c.c.
Cheque nominativo a favor de Gaztelan.
Giro Postal nº a favor de Gaztelan.



Copia, fotocopia o recorta este cupón y envíanoslo:
 c/Aguilafuente 29,
 2º 3ª 28039 Madrid.

Si lo prefieres, puedes suscribirte por teléf al 91-4598826 de 9,00 a 14,00.

Boletín de Domiciliación Bancaria

Les agradeceremos que con cargo a mi libreta / cuenta corriente hagan efectivos los recibos que les presentará Gaztelan en concepto de pago de mi suscripción anual a la revista **IMAGINA**.

Nombre y Apellidos _____
 Banco / Cajas de Ahorros _____
 Nº _____
 entidad oficina d. control nº Lbta. o c.c.

(Para facilitar la gestión bancaria, le rogamos que rellene cuidadosamente cada casilla con el dígito correspondiente. Consulte con su entidad bancaria si tiene alguna duda).

Domicilio del Banco _____
 Población _____ Distrito Postal _____
 Provincia _____ Fecha _____
 Firma: _____



Meinolf Remmert, gerente:

**“GEPA
es una empresa de
comercio y tiene que
probar su eficacia
en el mercado”.**

Entrevista de Bele Beutler. Hamburgo.

En el presente, GEPA cuenta con 140 socios, un volumen anual comercial de 56 millones de marcos alemanes y unos 2.500 artículos diferentes. A la vista de estos resultados ¿cómo valora usted los 20 años de gepa? ¿Qué se logró en el camino y qué se perdió?

Meinolf Remmert: Teniendo la función única de iniciador, GEPA ha conseguido a lo largo de los últimos 20 años divulgar el "Comercio Justo" en la RFA (República Federal Alemana). Hay 700 tiendas de la solidaridad cuyo surtido en gran parte proviene de gepa, especialmente en los sectores de artesanía y comestibles, y 4.000 grupos de acción que siguen manteniendo viva la idea del Comercio Justo.

Mirando retrospectivamente, me parece de igual importancia tanto la divulgación y estabilización del Comercio Justo como el creciente volumen de ventas de nuestros socios: el Comercio Justo ha conseguido una nueva dimensión económica que facilita enormemente el trabajo a los socios.

Yo diría que la dimensión política del Comercio Justo no se perdió. Más bien se ha trasladado un poco a las tiendas y a los grupos de acción. Sin embargo, gepa sigue dando informaciones básicas de los productos y sobre todo de los productores y con ello del trasfondo de su actividad comercial (normativa de la Unión Europea, las restricciones de importación, la situación de las personas del sur, etcétera).

GEPA venía funcionando con tres sectores: el área de asesoramiento de los socios tanto en Asia y África como en América Latina; el área de compras, y la información sobre los productos. El pasado año se inicia una reestructuración. ¿Por qué?

M.R.: En los últimos 20 años la situación ha cambiado enormemente y con ella las demandas de las tiendas y de los grupos, pero también la de otras secciones comerciales. Respondemos a esos cambios con una amplia reforma estructural. Hacen falta en todos los campos, desde ultramar —asesorando a los socios— hasta Alemania —los lugares de venta—, profesionales y responsables que contribuyan al éxito del conjunto trabajando en su campo respectivo.

Damos mucha importancia a otro procedimiento para tomar decisiones, más rápido y menos burocrático. Asumimos la responsabilidad completa de una buena forma de organización y de dirección para la comercialización de los productos, para hacer tangible hacia el comprador las diferentes facetas del socio y, con ello, del producto. No tenemos tiempo para debates extensos y peleas de competencias. GEPA necesita comunicaciones cortas y estables para responder adecuadamente a las demandas del mercado. GEPA no debe olvidar que es una empresa de comercio y no una empresa de administración y que tiene que probar su eficacia en el mercado.

¿A que tipo de recursos financieros puede acceder gepa o sus proyectos en Alemania? ¿Tienen financiación de la Banca Alternativa?

Principalmente GEPA no tiene acceso a fondos de otros; tiene que ganar ella misma cada duro que gasta. Hay unos pocos sectores para los cuales recibimos algo parecido a subvenciones. De vez en cuando logramos trabajar, por ejemplo, en el sector del desarrollo de los productos con subvenciones de los ministerios o de fundaciones. Pero normalmente

¿Qué es Gepa?

GEPA, Sociedad de Apoyo de la Hermandad con el Tercer Mundo, según sus siglas en alemán, es la más grande compañía europea dedicada al Comercio Justo y fue fundada en 1975. Es una sociedad Ltda. cuyos principales socios son las instituciones de desarrollo de la iglesia Católica y de la iglesia Evangélica.

Su trabajo consiste en suministrar información a los consumidores en Alemania sobre la situación económica y social de las personas que producen en los países del "Sur" y los consumidores europeos con respecto al funcionamiento del comercio mundial y el papel que podrían jugar en él. GEPA, además, pretende mejorar las condiciones de vida de los campesinos y artesanos en Asia, África y América Latina que se encuentran en situación desfavorecida debido a las estructuras económicas y sociales, regionales, nacionales o mundiales.

Las "condiciones de preferencia" que GEPA ofrece a determinados campesinos y artesanos son una intervención consciente en el mercado en favor de un grupo destinatario definido y en favor de un desarrollo deseado a largo plazo. Estas "condiciones de preferencia" son sostenidas por los consumidores, y están, por lo tanto, de acuerdo con las leyes del mercado.

GEPA ha logrado, a lo largo de los últimos veinte años, no solamente convertirse en un modelo para el Comercio Justo, sino además en una referencia para el comercio común.

requieren también de la participación propia de la empresa.

En el campo de la prefinanciación para la compra del café de nuestros socios hay un fondo de la Iglesia evangélica del que gepa puede hacer uso. Pero también ese fondo requiere los intereses correspondientes y no estará para siempre a la altura del creciente volumen comercial.

Dentro del marco del Öko-Bank tenemos tres diferentes tipos de contratos de ahorro. Es la mejor forma de que personas particulares en Alemania apoyen a gepa. Sin embargo, quiero decir claramente que también esa posibilidad de inversiones le cuesta dinero a gepa aunque afortunadamente en condiciones más favorables comparativamente que con los bancos corrientes.

Hemos fundado la S.L. (sociedad de responsabilidad limitada) participativa de gepa Fair Trade, que es cien por cien una filial de gepa. En ella es posible el apoyo de particulares con importe de 1.000 marcos alemanes como mínimo e intereses de 3,75% de momento.

¿Cómo incorpora GEPA, desde cuándo y por qué, el tema del medio ambiente?

M.R.: La idea de la protección del medio ambiente en el Comercio Justo existe ya hace mucho tiempo, casi desde el comienzo, aunque la concreción se demoró un poco. Desde hace unos siete años a gepa se le asocia notoriamente con el acento ecológico, lo que se manifiesta hoy en día también en la gama de productos. Esto se evidencia especialmente en el sector del café. Actualmente el 60% de los comestibles comercializados por GEPA pro-

vienen del cultivo considerado ecológico. Al mismo tiempo nos preocupamos por mejorar la calidad ecológica del envase. En el campo de la artesanía se observan también, desde hace varios años, notables progresos hacia productos más ecológicos. Así, por ejemplo, ya no se usa cloro curtiendo el cuero.

Pero el aspecto esencial de gepa tiene que seguir siendo el comercio alternativo. Aceptamos



Los campesinos indios renuncian al empleo de fertilizantes y pesticidas químicos. En cambio, creen en el cultivo ecológico. Foto: GEPA

comercializar también productos que no sean especialmente ecológicos si la tendencia que podemos concertar con el socio va en la dirección de una mejora ecológica. Para este fin convenimos medidas concretas. Está claro que los métodos de la economía ecológica y de la de economía sostenible, van juntas. Por

eso no nos es ajena la idea. Pero hay que ser realista en las posibilidades que existen con socios que ya son débiles. Creo que en el campo de la ecología nos encontramos en un buen y responsable camino.

¿Cuál es la situación del Comercio Justo en Alemania, hoy?

M.R.: En líneas generales, sin duda podemos decir que el interés del Comercio Justo ha crecido notablemente por parte de un sector más amplio. La presencia de gepa en los medios de comunicación nunca ha sido tan grande como en los últimos dos años. Seguramente la ampliación en varios sectores de la comercialización ha contribuido a que mucha más gente se haya enterado de la idea del Comercio Justo. Pero debido a tal presencia ocurre también que hay otros que quieren conocer y sobre todo comercializar esa idea para ellos mismos. Eso es un hecho muy lamentable.

Desgraciadamente el término "Comercio Justo" no está patentado. Por lo tanto no es de extrañar que por ejemplo muchos de los agricultores biológicos añadan simplemente el término de "Comercio Justo" a sus productos. Eso hace más difícil para gepa imponerse en el mercado. Hay otros que adoptan ese término para sus productos con gran despliegue de publicidad, como la cosa más natural, sin vergüenza.

Para el consumidor es cada vez más difícil mirar entre los bastidores de los folletos multicolores y el mundo de la publicidad. Quiero decir francamente que considero que en muchos sectores el término de "Comercio Justo" es un engaño desde la etiqueta.

¿Cuándo y cómo se decide que un producto es del Comercio Justo, tanto en el momento de comprarlo —en el Tercer Mundo— como en el momento de venderlo?

MR. Para GEPA, llegar a la decisión de comercializar un producto y, por lo tanto, de introducirlo en el Comercio Justo, depende ante todo de si se trata de un grupo de productores reconocidos por nosotros. Para eso hace falta recoger una serie de informaciones. Se hacen visitas de contacto y de control. Se hace, con los potenciales socios, un plan que concibe el desarrollo paralelo al comercio con gepa, que se consolida o incluso se hace posible gracias a ello.

En la elección de un socio, GEPA ya no ponen mucha importancia en las estructuras formales. De ese modo negociamos, por ejemplo, con productores familiares o empresas aunque siga predominando el negocio con las cooperativas. Lo que nos importa es hasta qué punto las personas productoras aprovechan el

beneficio suplementario del Comercio Justo, cómo se reparten las ganancias y qué medidas sociales son posibles. En suma, la cuestión es si a través del Comercio Justo se pueden conseguir mejoras concretas para los participantes. Eso no se puede considerar solamente de manera formal. Y sobre todo hay que tomar en cuenta la situación del país y de la cultura respectivamente. No se puede comparar África con América latina o India, y Costa Rica no es comparable con México. Además tiene que tratarse de productos comercializables aquí en Alemania. Un producto subvencionado durante mucho tiempo no tendrá éxito en el mercado alemán y por lo tanto no tiene perspectivas a largo plazo para nuestros socios.

¿Los productos tienen distintos precios en el momento de la venta, dependiendo del destinatario?

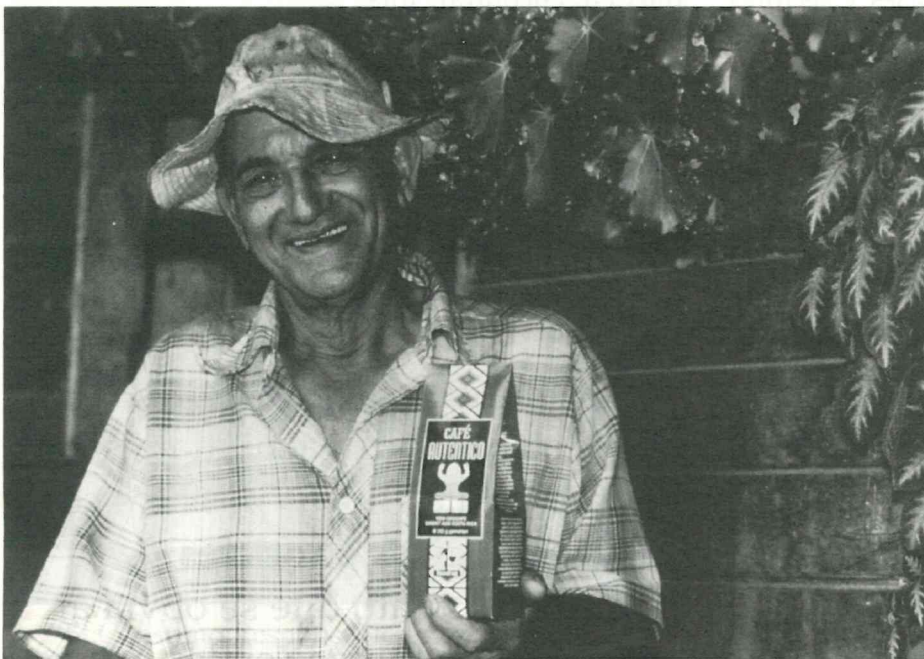
MR. GEPA solamente puede recomendar los precios de venta a los diferentes vendedores (tiendas ecológicas, tiendas de la solidaridad,

comercios comunes). No es posible en Alemania una norma sobre el precio. Según nuestra experiencia, no se manifiestan diferencias en los precios según el tipo de comercio. Quien comercializa productos de GEPA, sea un grupo de solidaridad, sea una empresa, recibe las mismas condiciones que los demás.

El último paso en la estrategia comercial que se plantean varios grupos de Comercio Justo en el Estado español consiste en incorporar estos productos a las grandes superficies. ¿Han dado este paso en Alemania? ¿Qué papel juega Transfair en todo ello? ¿Hasta dónde un producto que se incorpora al proceso de comercialización y publicidad tradicionales puede seguirse considerando del Comercio Justo?

M.R.: Con nuestro café estamos presentes también en los grandes supermercados desde hace dos años y medio. Además ofrecemos allí té, cacao en polvo y muy pronto también chocolate. Se pueden encontrar los productos de GEPA ya en 4.200 supermercados gracias a las actividades de Transfair. Lógicamente ahora hay, en esos supermercados, la competencia de otros vendedores. Nos parece que está de acuerdo con los intereses de los campesinos productores del café y no lo cuestionamos en absoluto.

Sin embargo, queda el hecho de que otros vendedores suelen ofrecer solamente una parte muy reducida de su café a condiciones del Comercio Justo. Por lo tanto nos importa explicar a los consumidores que gepa ofrece otro nivel de compromiso: nosotros comercializamos, como único concesionario del Comercio Justo en todo tipo de mercancía, exclusivamente productos del Comercio Justo.



El campesino del café, Misael Murillo, con un paquete de "Café Auténtico" que se muele, tuesta y empaqueta en Costa Rica.

Foto: GEPA

La D Manda

-La D del Dinero, claro-

Juan Torres y Gundula Kayser.

La crisis ecológica que afecta a nuestro planeta y los conflictos sociales y económicos en el denominado Tercer Mundo y en las sociedades desarrolladas, junto con el fin de la confrontación capitalismo-comunismo, provoca que se estén configurando, en la conciencia de grandes sectores de la población, la aparición de ciertas sensibilidades.

Sensibilidad ecológica, sensibilidad solidaria y sensibilidad comunitaria se pueden dar separada o -más a menudo- conjuntamente.

La **sensibilidad ecológica** se define no sólo como un rechazo al incremento de la destrucción de los grandes equilibrios ecológicos, sino también como promotora de la defensa y valoración de la biodiversidad y del patrimonio natural, la conciencia de los límites físicos, el cuestionamiento de los mitos acríticos de "progreso", "desarrollo",

etc. Uno de los signos más evidentes de esta sensibilidad emergente es el hecho de que el discurso ambientalista se ha convertido en un lugar común y obligado para la totalidad del espectro político.

La **sensibilidad solidaria** es la respuesta a la constatación de las profundas desigualdades sociales y económicas. La multiplicación de imágenes en torno al sufrimiento de amplias zonas, países y sectores sociales no puede menos que conmover, de una forma más o menos difusa, a sectores sociales relativamente privilegiados, en especial, del denominado Primer Mundo. Hay una inquietud compasiva en nuestra sociedad que busca expresarse: las "maratones caritativas" se han convertido en el rito obligado de las cadenas televisivas.

La **sensibilidad comunitaria** surge debido a un progresivo

excepticismo hacia los organismos públicos y el mercado por su incapacidad para resolver las necesidades y los déficits sociales, económicos y de calidad de vida.

LA FRUSTRACION SOCIAL

Este excepticismo genera un doble y contradictorio proceso. Cuando estas sensibilidades emergentes no pueden encontrar formas de expresión creativa, producen frustración en amplias capas de la población, que se traduce en inhibición, impotencia, apatía y/o en un feroz individualismo; esa frustración

tomará formas más o menos agresivas respecto a la clase política y a la administración pública.

Otro efecto que puede producirse es la revalorización de las formas de acción y organización comunitaria y colectiva: las iniciativas sociales comunitarias, más o menos colaboradoras con la Administración o manifiestamente contrapuestas, son un fenómeno emergente.

EL MERCADO

Hay un espacio privilegiado que vincula la vida cotidiana de todos los ciudadanos con la sensibilidad eco-

"Es ilusorio responsabilizar a determinadas actividades empresariales de los posibles costes ecológicos o sociales de su acción, en tanto que se obvia al conjunto de fuerzas en las que se mueve esta actividad".

lógica, solidaria y comunitaria: EL MERCADO.

La justificación última de la actividad empresarial es la existencia de una demanda solvente; por lo tanto es ilusorio responsabilizar a determinadas actividades empresariales de los posibles costes ecológicos o sociales de su acción, en tanto que se obvia al conjunto de fuerzas en las que se

mueve esta actividad. Los consumidores directos e indirectos son corresponsables del impacto y de los posibles costes globales de una determinada acción empresarial.

Sin embargo, esta corresponsabilidad de los consumidores tiene que superar dos graves limitaciones para poder llegar a ser subjetiva y consciente.



“El Consumo Responsable es un medio privilegiado que puede producir cambios sociales resultantes de la interacción entre los consumidores y el mundo de los negocios”.

“El Consumo Responsable asume que el consumidor es objetivamente corresponsable de los efectos sociales y ecológicos que genere la elaboración del producto que consume, así como es también responsable de los efectos derivados del proceso de consumo –generación de residuos–”.

La primera es la existencia del complejo publicitario, que crea, fomenta y refuerza necesidades indiscriminadamente, que vincula la oferta de productos a la satisfacción del imaginario individual, que oculta los efectos ecológica y socialmente indeseables y que utiliza para la selección de productos un único criterio: el crematístico y material.

La segunda es la ausencia de formas y fuerzas socialmente relevantes y correctoras de las alteraciones producidas por el complejo publicitario.

Así, para llegar desde la responsabilidad objetiva hasta la responsabilidad subjetiva de los consumidores

hay que pasar por el CONSUMO RESPONSABLE, que es un instrumento privilegiado por el cual cada uno (y a cualquier escala: individual, colectiva, comunitaria, etc.) puede expresar, consciente y voluntariamente, su proyecto y su opción vital en la acción cotidiana más elemental.

El Consumo Responsable asume que el consumidor es objetivamente corresponsable de los efectos sociales y ecológicos que genere la elaboración del producto que consume, así como es también responsable de los efectos derivados del proceso de consumo –generación de residuos–.

Además, el consumidor, en cuanto que

sujeto ético, necesita la máxima transparencia para lograr una visión del conjunto del proceso; las condiciones ecológicas y sociales en las que se generan y distribuyen los diferentes productos y su posterior impacto, así como el destino de su dinero, son aspectos claves.

Por último, el Consumo Responsable es aquel que, en el momento de decidir cualquier gasto o inversión, hace que uno tenga como referencia un juicio ético, basado en información rigurosa y suficiente, y realizado en función de las propias prioridades y opciones éticas.

Es obvio que la inercia de la cultura de consumo actual es hegemónica y que cualquier posible cambio requerirá de un proceso más o menos largo y complejo, así como precisará de una inversión consciente y organizada de esfuerzos y recursos de todo tipo.

Ahora bien, tenemos la convicción de que ya hay una masa crítica de individuos mínimamente sensibilizados y dispuestos a materializar el concepto de consumo responsable, en la medida en que se pueda generar una oferta creíble, rigurosa y

eficiente de normas y recursos que esta predisposición social pueda "actuar".

El Consumo Responsable es un medio privilegiado que ofrece la oportunidad de producir cambios sociales resultantes de la interacción creativa entre los consumidores y el mundo de los negocios, al mismo tiempo que estimula a la administración a adecuar la legislación para un futuro económico y ambiental más justo.

LA SITUACIÓN EN EEUU

Allí hay más de dos docenas de centros especializados en la ética aplicada a los negocios, así como también muchas publicaciones en torno a la relación ética-negocios: *Journal of Business Ethics*, *The Business and Professional Ethics Journal* o *The Employee Responsibilities and Rights Journal* son algunas de ellas.

CEP (The Council on Economic Priorities) entidad sin afán de lucro, cuenta con un numeroso equipo de profesionales y analistas, con relaciones de cooperación regulares

en un amplio espectro del mundo asociativo y cívico de EEUU, y realiza análisis sistemáticos de los principales medios de comunicación y publicaciones especializadas. Además obtienen información regular de las agencias públicas relacionadas y encuestas exhaustiva y sistemáticamente a las principales empresas del país. Sus informes y publicaciones tienen una enorme difusión, como por ejemplo *Shopping for a Better World*.

Otras publicaciones de CEP: *Building a Peace Economy*, *Better World Investment Guide* y *Research Report*.

LA SITUACION EN GRAN BRETAÑA

Posee una tupida red de organizaciones y entidades profesionales especializadas en la oferta de servicios y recursos orientados a la promoción del consumo responsable en todos los ámbitos (agricultura, industria, comercio, finanzas, vacaciones y otros servicios).

Entre esas organizaciones, destaca **New Consumer**, que además de disponer de un equipo de profesionales a tiempo completo, tiene

un amplio número de trabajadores temporales o contratados para tareas específicas. Es una entidad sin ánimo de lucro que edita una revista (*New Consumer*), libros y dossiers monográficos (*The Global Consumer*, *Shopping for a Better World*, *Career Values*, *Sustainable Consumerism*) e informes (*Changing Corporate Values*).

Una organización de parecidas características es ECRA (Ethical Consumer Research Association) que se dedica exclusivamente y sin afán de lucro a la investigación y publicación de información sobre marcas y compañías y a la promoción de un uso ético del poder del consumidor. Edita numerosos dossiers sobre sectores y productos comerciales, financieros y otros servicios, así como libros monográficos (*The ethical Consumer Guide to Every Day Shopping*, *The Ethical Consumer to Major Purchases* y *Ethical Consumer Guide to Money*).

Juan Torres y
Gundula Kayser.
ADECO (Associació
pel Desenvolupament
Comunitari)

Blanco	Negro
RONDE CUBA	
LA HABANA	CUBA

Iniciativas de
Economía
Alternativa y
Solidaria.
(IDEAS)

Tienda de la Solidaridad de Granada.
c/Calderería Nueva, 4, tel. y fax 958 220211

FO-INTER

SERVICIO GRATUITO PARA INMIGRANTES

- ASESORAMIENTO LEGAL
- ORIENTACION SOCIOLABORAL

Somos un equipo de profesionales: abogados,
psicólogos, trabajadores sociales,
que estamos a tu disposición.

Recibimos donaciones para creación de empresas:
Banesto, 0030-1094-27-0005769271.

Oficinas:

- Av. de la Aviación 103, bajo
91-5093142 Metro Aluche. Autobus 17.
- Gran Via 51, 2º Madrid.

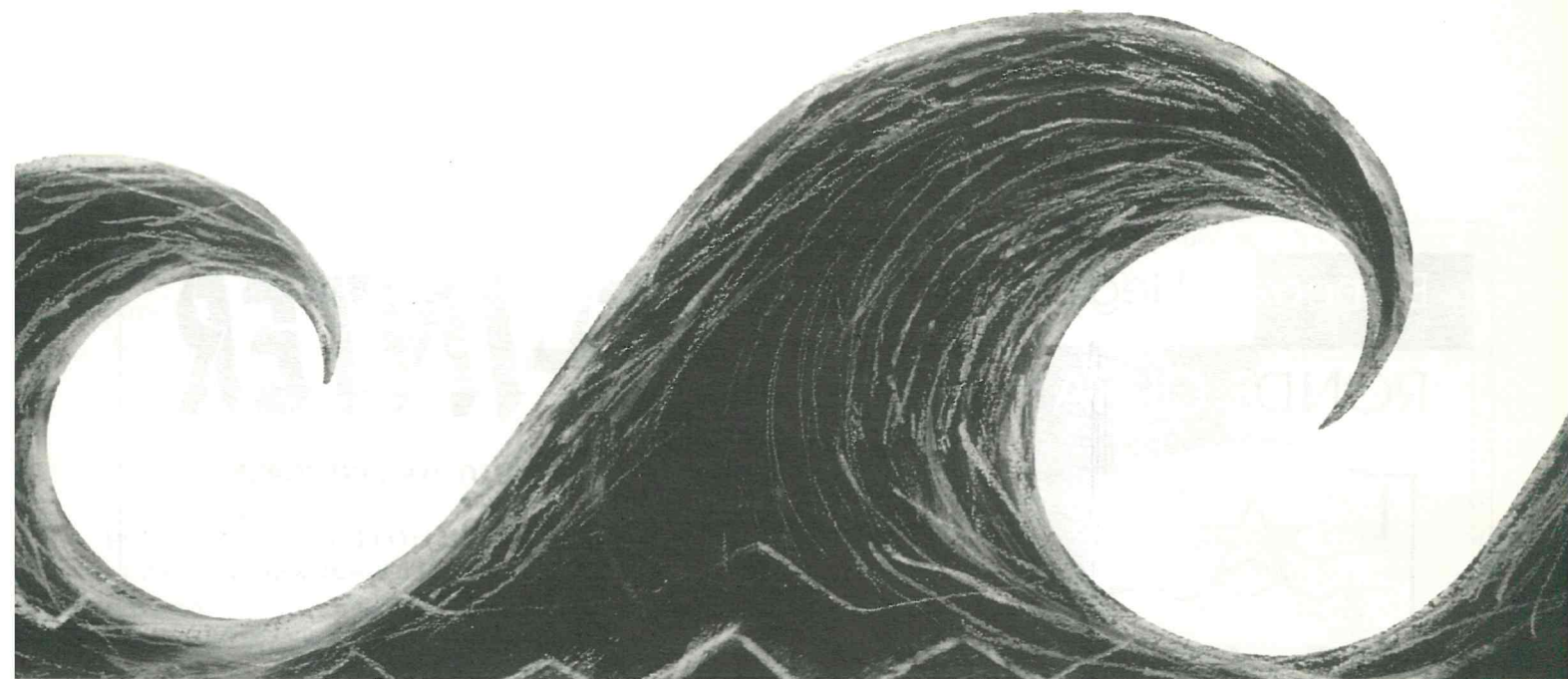
RECUPERACION

DE OBJETOS USADOS



EL CUC
COLLECTIU DE RECICLATGE

EL CUC. Colectivo de Reciclaje. Horario de Lunes a Viernes de 9,30 a 14 h. y de 17 a 20 h.
Sábados: de 10 a 13, 30. c/Orihuela, 32, 46009 Valencia tel. 3483872



1. Un día, una señora que había leído algún cuento mío dijo sentenciosa (y quién sabe si capciosa) "se nota que tu literatura es de origen oral", así que ya saben, se nota mi origen oral, por lo que les aconsejo que se recuesten en cualquier lugar recostable (desde un banco de Tirso de Molina a una sillita del Palacio del Infantado) y se imaginen que en frente de ustedes hay un tipo contándoles un cuento; el sujeto en cuestión es un poco gordo, peludo, barbudo, agita constantemente las manos y casi todo el tiempo está asomado a la ventana de la Tierra de Nadie y de Todos.

Salvado este obstáculo, y si me lo permiten, este tipo barbudo comienza a contarles el cuento de las olas negras.

2. Todas las olas del mundo, sí, como lo oyen, todas las olas del mundo estaban reunidas para tratar juntas un peliagudo problema. El petrolero más grande y "seguro" del mundo se había roto, partido, quebrado, hundido... y de su espantoso vientre brotó un negro semen, lento y silente, que poco a poco había envuelto a gran cantidad

de olas, asfixiando la vida suave que guardaban en sus vientres.

Estas olas negras habían sido relegadas a un lugar apartado. Yo querría haber dicho desterradas, pero creo que es impropio que en el mar se destierre a alguien, sería más aceptable hablar de desmarar. Disculpen la digresión que no viene a cuento, nunca mejor dicho. El caso es que las olas negras habían sido relegadas y se encontraban a un lado, bastante lejano, de la asamblea. ¿Se imaginan una negra manchada, dormida, apagada, allá a lo lejos, y aquí, mientras tanto, el resto de las olas del mundo tratando de ponerse de acuerdo y decidir sobre qué hacer y cómo hacer para solucionar definitivamente un problema tan grave como aquel? Y digo un problema grave porque no se piensen que convocar a todas las olas del mundo es tarea fácil. Son contadas las ocasiones en que este tipo de reuniones se llevan a cabo.

3. Las olas más viejas, las del Principio de los Tiempos, las que fueron más poderosas e inmensas, las que cubrieron todas las tierras que son, trataban de poner orden a aquella impresionante

marea de rumores y espuma. Silencio, silencio, vamos a comenzar de una vez por todas, Hagan el favor de ir callándose porque si no vamos a estar aquí perdiendo el tiempo sin llegar a ningún acuerdo. Pero nada, ni caso, ciertamente parece una tarea de locos conseguir imponer un cierto orden en este maremagno. Se oían gritos enardecidos, A las olas negras hay que matarlas, Cómo vamos a matar a nuestras hermanas, Se puede matar a una ola, Idiota, las olas van a morir a la playa, Lancémoslas sobre playas y acantilados... Sí, que se vayan, que desaparezcan antes de volvernos negras a todas.

En verdad las olas tenían miedo del silencio negro que cubría a sus hermanas, un miedo atroz, un miedo como nunca antes, y es que aquella oscuridad pegajosa dejaba a las olas quedadas, apagadas, sin espuma... y todos sabemos que las olas son de natural juguetonas, inquietas, indomables... Pero aquella misteriosa enfermedad, desconocida, era algo terrible, quizás el principio del Final.

Por fin se hizo el silencio, y solo un leve rumor de crestas blancas susurraba al aire, Es impensable

El Cuento de LAS OLAS NEGRAS

(y el mal contador)



que seamos nosotras mismas, las olas, las que condenemos a muerte a nuestras hijas y hermanas, Qué haremos pues, nos iremos ensuciando con esa oscuridad letal. Y alguien dijo bien alto para ser oída, Por qué no hacemos un Proyecto Ola, y las mandamos a todas juntas a un sitio apartadito para que poco a poco se curen, Eso, eso, un sitio bien alejado, y así no mancharán a ninguna otra ola...

La idea fue escuchada con interés, fue debatida con interés, y fue aprobada gracias a ciertos intereses. Las olas blancas estaban satisfechas, permanecerían en su natural color, tradicional y puro.

4. Las olas negras fueron llevadas a un lugar lejano, secreto y oscuro, y allí pasaron muchas lunas, muchas, muchas lunas, pero ocurría que cada vez que una ola lograba quedar limpia, al estar todas juntas, era de nuevo ensuciada, y así sucedía una y otra vez, y ninguna ola llegó a curarse.

5. De nuevo nos encontramos en otra de estas increíbles e inusuales asambleas plenarias (como ya dije han pasado muchas lunas,

muchas, muchas lunas), en las que se encuentran todas las olas del mundo. Pero, sssh, dejemos hablar a las olas Viejas. Amigas y compañeras, ya se que es extraño que os hayamos convocado en tan poco tiempo de nuevo a otra reunión extraordinaria, pero el problema de las olas negras no ha sido resuelto y hace falta encontrar una solución, Que las lancen a la playa, Que las ahoguen, Que se queden por siempre allí, apartadas, relegadas... hasta que podamos olvidarlas... Sí, sí... El barullo comenzó siendo un rumor denso, luego un griterío agitado, y ahora es una crispación indecible, algo verdaderamente pavoroso y desmadrado. Entonces, las Viejas olas, como ya dije las más poderosas, se elevaron sobre el resto e impusieron silencio.

Silencio.

Y una olita chiquita, en voz muy baja, apenas susurrando, dijo, Yo tengo otra propuesta, Tú, Sí, yo, Habla pues, Por qué no compartimos entre todas el agua negra, si cada una de nosotras coge un trocito de oscuridad, nadie tendrá demasiada como para enfermar, y toda seremos de nuevo iguales. Además, con lo poco que nos toca será fácil que

cada una de nosotras haga desaparecer su trocito de oscuridad.

El silencio fue tornándose en murmullo, en griterío, y finalmente en alegría jubilosa y aprobadora, la idea era buena. La idea gustaba. Sí, de veras que gustaba.

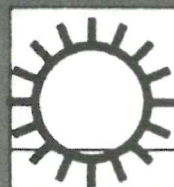
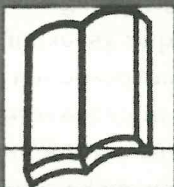
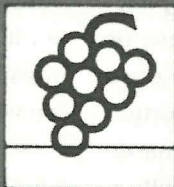
6. Además de buena, la idea fue divertida. Las olas negras y las olas blancas mezcladas, quietas, Preparadas, listas, ... ya, y de pronto comenzó el juego, sencillo juego que consistía en revolverse, trenzarse, salpicarse, unirse, reírse, retorcerse, alborotarse, desmadrarse, hacer cabriolas... Siempre sin dejar de brincar y de acariciarse unas a otras. Cualquiera de nosotros ante un espectáculo tal seguramente hablaría de la Gran Orgía Marítima, o de una tormenta sólo de agua, o de... El caso es que al pasar el sol, y la luna, y el sol de nuevo, las olas, cansadas, reposadas, en calma, pudieron ver, alegres, que allí no había ni una sola ola negra, ni una sola ola blanca, sino más bien un millón de millones de olas felices.

Pep Bruno.

Elena Vilanova
Rosa Vilanova

Las otras empresas

Experiencias de economía alternativa y
solidaria en el Estado español



Reciclaje y recuperación, autogestión y cooperativismo solidario, comercio justo con el Sur, empresas de inserción social, banca y financiación ética, iniciativas contra el paro, agricultura biológica y social, cooperativas de consumidores, permacultura y economía comunitaria, ecomensajeros en bicicleta, Red de Economía Alternativa y Solidaria, empresas sociales y alternativas

Red de Economía Alternativa (R.E.A.S.).
Red Española de Promoción Inserción Social (REPRIS).
Asociación Española Recuperadores
Empresas Solidarias (A.E.R.E.S.)

tAlAsA

Las Otras Empresas. Economía Social y Economía Alternativa. Elena Vilanova. Rosa Vilanova.
Editorial Talasa. Madrid, marzo 1995. 248 páginas. 1.800 pesetas

DEPOSITA

en bolsas o cajas recuperadas y separando cada material:

**ROPA, TRAJOS
Y JUGETES**



PAPEL

VIDRIO



No mezcles ni eches
otros objetos en los recipientes.

Ata o cierra los recipientes que utilices.



Deposítalo en el
" PUNTO DE RECOGIDA "
señalado en tu vivienda.



RECUERDA:

Bº Parque Sur los
MIÉRCOLES
Bº P. San Antón los
JUEVES
de 21'00 a 22'00 h.



SI TIENES VOLUMINOSOS LLAMA AL TELEFONO 52 12 05

Participando

en la recogida selectiva de basuras,
colaboras en la salud de tu ciudad y del planeta.



CAFÉ

AUTENTICO

comercio justo - comercio solidario

¡Ven a tomar un café con Don Camilo!

El 24 de febrero de 1994 fue un día especial para la familia de Don Camilo Céspedes, quién abandonaba unas viejas tablas carcomidas por el tiempo, tablas que durante toda su vida las había utilizado como una casa para él, su mujer, sus hijos y sus nietos.

Con orgullo, ocupaba ese día su modesta pero nueva casa, producto de su esfuerzo, el de la cooperativa, y por el apoyo del mercado del Comercio Justo.

Al igual que Don Camilo, 2.800 pequeños productores de café en Costa Rica, que pertenecen a las cooperativas afiliadas a COOCAFE, pueden aspirar a tener una vida digna, precios más justos por su café, acceso a créditos, asistencia técnica y organizaciones cooperativas consolidadas, entre otros beneficios. Estas nuevas condiciones de los afiliados se deben, en gran medida, a las nuevas opciones comerciales del Comercio Justo.

COOCAFE, creada en enero de 1988, es una organización que integra a siete cooperativas de pequeños productores de café, de la zona noroeste de Costa Rica. A estas cooperativas están asociados 2.800 campesinos con un promedio de 1.5 hectáreas de cultivo de café. COOCAFE desarrolla, aparte de la coordinación comercial, programas de crédito para sus afiliados, programas educativos para los hijos de los agricultores, programas de promoción de la mujer y proyectos de reforestación y conservación del Medio Ambiente.

Es así como surge la marca CAFE AUTENTICO, café producido, molido, tostado y envasado en su totalidad en ese país centroamericano y que es introducido en el Estado Español a través de la Organización de Comercio Alternativo y Justo IDEAS, Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria.

Tú puedes contribuir a que cambien las cosas para gente como Don Camilo. Gente como tú obligó, en otras regiones de Europa, a que los supermercados vendieran productos que no dañan al Medio Ambiente. Ahora puedes hacerlo para que los productos que consumimos se elaboren en condiciones justas y dignas. Píde a tu supermercado que compre mercancías que proporcionen una vida digna a los trabajadores del Tercer Mundo. O pídenoslo a nosotros: podemos servirte en bolsas de 250 gramos o de dos kilos, para que lo llesves a tu centro de trabajo o de actividad social, a tu cooperativa o a tu sindicato, a tu círculo de amigos, o a casa.

Sorpréndelos con el Comercio Justo.

IDEAS S.C.A. Carola Reintjes. 956-230380. Llano de las Maravillas s/n, 11130 Chiclana Cádiz. IDEAS y REAS Andalucía: Ronda de Tejares 1, 2a. 957-471727. 14001 Córdoba. Delegaciones de IDEAS: Euskadi / Navarra: YPE Iniciativa Pro Extractivismo. c/ Eustasio Amilibia 4, loc 41, 943-470272. 20011 Donostia. Distribuidor en Madrid: Roberto Ballesteros. 91-4330318. Tiendas de la Solidaridad IDEAS: Almería Avda. Pablo Iglesias 18 Teléf. 950271450. 04003. Granada: c/Calderería Nueva 4, 958-220211. 18010. Huelva: San José 31, 959-251634. 21002. Jaén: c/Hurtado 17, 953-23404423001 Jaén.

CAFÉ
AUTENTICO



COSTA RICA

250 g

TRANSFAIR



COOCAFE