

Undertaking
for a **world**
solidarity

Ondernemen voor
een **solidaire**
samenleving

Emprendre

per un món

Emprender por
un **mundo**
solidario

Företagsamhet för
en **solidarisk**
värld

Solidari

Intraprendere
per un **mondo**
solidario

Intraprendere
per un **mondo**
solidario

Emprender
para um **mundo** solidário

Επιχειρηση
πο ενον **ΚΟΣΜΟ**
αλληλεγγυης

Arbeite
for en **solidarisk**
verden

Unternehmen
für eine **solidarische** Welt

Undertaking
for a world
solidarity

Ondernemen voor
een **solidaire**
samenleving

Emprendre

per un món

Emprender por
un **mundo**
solidario

Företagsamhet för
en **solidarisk**
värld

Solidari

Intraprendere
per un **mondo**
solidario

Intraprendere
per un **mondo**
solidario

Emprender
para um **mundo solidário**

Επιχειρηση
pro enon **ΚΟΣΜΟ**
αλληλεγγυης

Arbeite
for en **solidarisk**
verden

Unternehmen
für eine **solidarische** Welt

Avui en dia la humanitat s'enfronta amb uns

Desafiaments

Fonamentals

- **Crisi econòmica:**

Deteriorament de les economies locals o nacionals en benefici dels grans grups financers supranacionals, en què es prioritza el capital en detriment del treball, desregularització dels mercats...

- **Crisi de l'ocupació:**

Atur creixent, degradació de les condicions de treball, competència social deslleial, deslocalitzacions del treball ...

- **Crisi social:**

Repartiment cada vegada menys equitatiu de les riqueses entre els continents i en el si de cada país, exclusió, aïllament, violència....

- **Crisi humana:**

Falta de perspectives de futur, miratge del consumisme, individualisme, pèrdua d'ideals.

- **Crisi política:**

Desvalorització de l'acció dels poders públics i dels polítics, fragilitat de la democràcia i de la noció de la ciutadania.

- **Crisi mediambiental:**

Degradació accelerada del medi ambient, acumulació de residus, desertització, reducció de la biodiversitat, efecte d'hivernacle.

Amb vista a aquests desafiaments, s'ha de construir urgentment un nou model de societat i redefinir el lloc de l'economia, que ha de ser solidària i estar al servei de la persona.

És possible

un món solidari?

L'economia solidària

vol promoure un desenvolupament durador integrant les necessitats de les generacions actuals i futures.

L'economia solidària participa concretament en la lluita contra les causes de l'exclusió i la pobresa i no únicament sobre les seves conseqüències.

En un lloc d'experimentació i de promoció de noves formes de repartiment just dels beneficis i del temps de treball.

Té com a objectiu afavorir l'expansió de cada ésser humà i permetre que cada un equilibri el millor possible, al llarg de la seva vida, el temps dedicat a la formació, a una activitat remunerada, al voluntariat i a la vida familiar o personal.

D'aquí en endavant, punt de referència a través de les seves realitzacions locals, l'economia solidària és una via alternativa i prometedora per al conjunt de la societat.

Està basada en la tolerància, la llibertat, la democràcia, la transparència, l'equitat i l'obertura cap al món.

Els **sis principis** de la **carta**

1 IGUALTAT

Satisfer de manera equilibrada els interessos respectius de tots els protagonistes¹ interessats per les activitats de l'empresa o de l'organització.

2 LLOCS DE FEINA

L'objectiu és crear nous llocs de feina estables i afavorir l'accés a persones desfavorides o poc qualificades.

Assegurar a cada membre del personal condicions de treball i una remuneració digna i estimular-ne el desenvolupament personal i la presa de responsabilitats.

3 MEDI AMBIENT

Afavorir accions, productes i mètodes de producció no perjudicials per al medi ambient a curt i a llarg termini.

4 COOPERACIÓ

Afavorir la cooperació en lloc de la competència dins i fora de l'organització.

5 SENSE CARÀCTER LUCRATIU

Les iniciatives solidàries no tindran per finalitat l'obtenció de beneficis, sinó la promoció humana i social, la qual cosa no és un obstacle perquè

Criteris Complementaris

sigui imprescindible equilibrar el compte d'ingressos i despeses i, fins i tot, si és possible, obtenir beneficis...

Ara bé, els possibles guanys no es repartiran en benefici particular, sinó que s'invertiran en la societat, mitjançant el suport a projectes socials, a noves iniciatives solidàries o a programes de cooperació al desenvolupament, entre d'altres.

6 COMPROMÍS AMB L'ENTORN

Les iniciatives solidàries estaran plenament incardinades en l'entorn social en què es desenvolupen, la qual cosa exigeix la cooperació amb altres organitzacions que afronten diversos problemes del territori i la implicació en xarxes, com a únic camí perquè experiències solidàries concretes puguin generar un model socioeconòmic alternatiu.

Els criteris complementaris tenen a veure amb la manera en què l'empresa o l'organització és gestionada i estructurada, amb allò que produeix i amb el seu compromís per promoure una societat més solidària.

És il·lusori pretendre satisfer tots aquests criteris, perquè són característiques d'una empresa/organització solidària ideal. Cada empresa/organització signant, en una primera fase, valorarà quins són els seus punts forts i també les mancances respecte del conjunt d'aquests criteris, segons la seva pròpia escala de valors. En una fase ulterior, determinarà els criteris que seran objecte d'un esforç particular per la seva part en un termini determinat.

L'aplicació d'aquests criteris necessita, per descomptat, tenir en compte les realitats locals i regionals (econòmiques, socials, culturals...) i les dificultats específiques de cada sector d'activitat.

criteris Complementaris

- A** Els productes, serveis, accions proposades o realitzades per l'empresa/organització solidària contribueixen a **millorar la qualitat de vida**.
- B** Ha d'estar **integrada en el seu àmbit local**, des del punt de vista econòmic, social i ecològic. Ha de tendir a minimitzar les despeses indirectes a càrrec de la comunitat. Dialoga regularment amb els grups o persones mitjançant les seves accions, productes, serveis o els seus processos de producció.
- C** L'empresa/organització es gestiona de la manera més **autònoma** possible respecte dels poders públics o d'una tercera organització, malgrat que aquesta la financi.
- D** Adopta una **posició crítica respecte dels excessos** induïts per la carrera productivista, la competitivitat i les inversions tecnològiques.
- E** Desenvolupa relacions comercials justes.
- F** La **circulació de la informació** està assegurada dins i fora de l'empresa/organització. Es relaciona amb els aspectes financers i humans de la gestió, les estratègies de desenvolupament, l'estructura jeràrquica de l'organització, el seu impacte en la societat...

G Els treballadors estaran **associats a les decisions** que concerneixen el seu treball o el futur de l'empresa. Els processos afavoriran la democràcia interna, entre d'altres, en termes de formació.

H Les **diferències de sous màximes** seran definides i controlades col·lectivament.

I Es crearan fórmules de **repartiment de tasques** acompanyades per la creació de llocs de feina.

J Es prestarà una atenció particular a **la qualitat del treball** i a una **millora en la qualificació** de

tot el personal, gràcies, en particular, a les avaluacions, la formació i els instruments de feina adaptats.

K Si hi ha **voluntaris** en l'organització, es durà a terme una reflexió col·lectiva sobre el paper del voluntariat i les seves condicions de feina. Tindran garantida una integració i una formació correctes. Tot i això, la **prioritat** se centrarà en l'accés al **treball remunerat**.

L L'empresa/organització dóna suport a **iniciatives solidàries**, empreses en el si dels grups o regions desfavorides.

Existeixen una sèrie de principis implícits que no figuren en la carta, però que necessàriament han de ser complerts :

- Una sana gestió que assegura la perennitat de l'empresa/organització;
- El respecte de la legislació nacional i europea en matèria de drets humans, drets laborals, dret social i el respecte de les regles promulgades per l'Organització Internacional del Treball (prohibició del treball dels infants, la no discriminació entre sexes, les races, les nacionalitats o amb respecte a les minories socials o culturals, respecte de la llibertat d'opinió política i religiosa...).

EL comerç just

El comerç just consisteix a vendre productes fabricats en condicions respectuoses amb els interessos fonamentals de les persones que els hagin produït.

A Europa, els productes de comerç just es troben a 3.000 "Botigues del Món", 30 cadenes de supermercats, altres centenars de botigues, a més de milers de grups de solidaritat voluntària que duen a terme campanyes d'informació en paral·lel.

Les centrals d'importació europea del comerç just estan federades en el si de l'EFTA (European Fair Trade Association)², mentre les xarxes regionals de botigues del món formen part de NEWS (Network of European World Shops).

El comerç just està regit per una sèrie de principis que comprometen tant els productors-socis del Sud com les xarxes de distribució del Nord. Aquests principis no són normes rígides, sinó que més aviat s'inscriuen en un procés de desenvolupament i suport als treballadors i productors del Sud, amb l'objectiu de millorar les seves condicions de treball.

El gener de 1994, el Parlament Europeu havia redactat un informe i adoptat una resolució³ que proposava sostenir i consolidar el moviment de comerç just i integrar els seus principis en les polítiques de la Unió Europea i els seus estats membres.

² EFTA-Maastrich. Tel. 341 43 325 69 17 - Fax. 31 43 325 84 33.

³ Resolució del Parlament Europeu, datada 19/01/94 sobre promoció del comerç just.

Els principis⁴ esmentats més avall estan completats, d'acord amb les xarxes regionals de comerç just, per criteris que afecten, en particular, la gestió democràtica de les organitzacions de producció, la falta de discriminació (amb relació a les dones, les minories socials i culturals...) el compromís dels productors a subministrar productes de qualitat, dins els terminis correctes i en quantitats suficients.

El comerç just té les característiques següents:

- **Remuneració** de la producció que permeti als productors⁵ i les seves famílies aconseguir un nivell de vida adequat; això implica un preu just, pagaments per endavant, quan sigui necessari, i una relació comercial a llarg termini.
- **Condicions de treball** per als productors que no perjudiquin, a curt i llarg termini, el seu benestar físic, psicològic o social.
- **Producció que és econòmicament i ecològicament sustentable**, que cobreixi les necessitats de la generació actual sense comprometre la capacitat que les generacions futures cobreixin les necessitats pròpies.

Els principis del comerç just

- Utilitzar les vies més eficients de **dur un producte** des del productor fins al consumidor, evitant especuladors i intermediaris innecessaris.
- **Condicions de producció i comercialització** que reservin un tractament preferencial a la participació dels productors en les decisions, una producció indígena, petites i mitjanes empreses i la distribució equitativa dels ingressos generats.
- **Campanyes de sensibilització** en el Nord sobre la relació entre l'elecció dels consumidors i la vida dels productors i condicions laborals.
- **Treball de "campanyes"** que va adreçat a canviar les injustes estructures de comerç internacional.

⁴ Segons EFTA—"Survey of Fair Trade in Europe"—pàg. 2 maig de 1995.

⁵ "Producers": llegiu: totes les persones (treballadors...) que participen en la producció.

L'auditoria social

L'auditoria social⁶ és un procés que permet a una organització avaluar la seva "eficàcia social" i el seu comportament ètic amb relació als seus objectius, de manera que pugui millorar els resultats socials o solidaris i donar-ne compte a totes les persones compromeses en la seva activitat.

Cada vegada són més nombroses les empreses que volen assumir plenament la seva 'responsabilitat social' (pràctiques honestes, transparència de gestió, harmonia amb l'ambient exterior...).

L'auditoria social permet integrar de manera estructurada aquests diferents aspectes en la gestió quotidiana d'una empresa, així com dur al dia una '**comptabilitat social**'.

L'auditoria social sempre serà a mida per correspondre millor als objectius propis de l'organització o empresa, al context cultural i a les seves potencialitats. Un aspecte important del procés és el **diàleg** amb el conjunt dels grups o persones compromeses: membres del personal, clients, comunitat local, accionistes...

L'auditoria social s'experimenta ja en nombroses empreses de distintes mides i que operen en diversos sectors arreu del món.

⁶ Text basat en el model desenvolupat per la New Economics Foundation. Per a més informació, podeu contactar amb:

- New Economics Foundation (Simon Zadek et Peter Raynard) & Institute for Social and Ethical Accountability (Claudia Gonelli). 1st Floor Vine Court, 112-116 Whitechapel Road, London. Tel. 44 (0) 171 377 5696; fax 44 (0) 171 377 5720;
- Hefbomm (Els Reynaert & Hilde Demoor). Rue du Progrès 333, boîte 5, 1030 Bruxelles. Tel. 32 (0)2 201 04 04; fax 32 (0)2 201 04 00

Per poder referir-se a una norma internacional i permetre una aplicació adequada de l'auditoria social, s'han definit principis claus remetent-se a experiències ja adquirides.

El principi de la base de l'auditoria social és el següent: 'generar una millora permanent del resultat solidari de l'empresa'.

Els principis següents defineixen les qualitats que ha de reunir una bona auditoria social:

- **Perspectiva múltiple:** incloure el punt de vista de tots aquells compromesos en l'activitat de l'empresa.
- **Completa:** cobrir tots els aspectes del resultat social i ambiental de l'empresa.

Els principis de l'auditoria social

- **Comparativa:** eines de comparació d'un període a l'altre, en relació amb organitzacions similars i amb normes socials establertes utilitzant indicadors qualitatius i quantitatius pertinents.
- **Regular:** es tracta d'un procés de llarg abast i no d'una operació puntual.
- **Controlada:** per controladors externs sense implicacions en l'activitat de l'empresa.
- **Pública:** els informes regulars que es refereixen al desenvolupament de l'auditoria social han de ser publicats i comunicats a totes les persones compromeses (tant internes com externes).

Entitats de **REAS RED** de **REDES** territorials i sectorials

Xarxes territorials

- Reas Euskadi
- Reas Madrid
- Reas Aragón
- Reas Balears
- Red Anagos (Canarias)
- Reas Galicia
- Reas Castilla y León
- Xarxa d'Economia Solidària (Catalunya)
- Reas Navarra

Xarxes sectorials

- Red de Recuperadores de economia solidaria (AERESS)
- Red de útiles financieros (RUFAS)

Un poc d'Història

A l'any 1997 neix la Carta "Emprendre per un món Solidari", en el sí de diverses entitats que participaren en la iniciativa de Recursos Humans del F.S.E. EMPLEO Y ADAPT, i que s'agrupaven en el CONSORCIO 2001. Aquestes entitats compartien una filosofia i pràctica que tenia com a objectiu el fonament de l'Economia Solidària.

Quin va ésser l'objectiu de la Carta? Pretenia ser un instrument que aglutinara a les distintes iniciatives empresarials en torn a una pràctica ètica i que permetés el desenvolupament d'una societat més solidària. La Carta fou presentada a Bèlgica, França i Espanya. En el cas de l'Estat espanyol, la carta fou assumida per REAS, que al llarg d'aquests anys s'ha encarregat de presentar-la, difondre-la i treballar els seus criteris fins a l'actualitat.

Finançador:



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Treball i Formació

Pla Director de Foment
de l'Economia Social a
les Illes Balears (2007-2008)



REAS
BALEARS

www.economiasolidaria.org/reasbalears