



CONSTRUYENDO UN MERCADO SOCIAL CLÁUSULAS SOCIALES PARA ENTIDADES SOLIDARIAS

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Quizás resulte un tanto arriesgado el intentar definir el término “Mercado Social”, tal vez porque suponga acotarlo, dejar fuera realidades que también podrían formar parte de él. Pero al mismo tiempo, también es importante asumir el reto de definirlo, ya que supone reforzar y remarcar el área de nuestro compromiso.

Así pues, podríamos decir que por “Mercado Social” entendemos una red de producción de bienes y servicios, de distribución, consumo y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios.

El “Mercado Social” pretende superar las reglas negativas del mercado convencional, estableciendo un mercado alternativo que opere bajo criterios y relaciones económicas más justas. Estará integrado principalmente por empresas y entidades sociales productoras de bienes y servicios, empresas y entidades sociales distribuidoras (cooperativas de consumo, redes de intercambio, tiendas de comercio justo, etc.) así como consumidores responsables individuales y colectivos.

Desde las empresas o entidades sociales que queremos construir un “Mercado Social” surge el interés de realizar un nuevo esfuerzo que nos exija dar un paso más en nuestro compromiso social, este paso nos debe llevar a ser coherentes personal y profesionalmente en todo aquello que exigimos al resto de la Sociedad.

Cada día pedimos mayores compromisos a otros, es fácil. A la Administración Pública le pedimos eficacia, orientación al ciudadano en su gestión, adaptación a los cambios continuos de la sociedad, control en el cumplimiento de las leyes de integración social... Todas estas peticiones pedimos que se concreten, de algún modo, mediante la aplicación de “Cláusulas Sociales” y de la discriminación positiva hacia todas aquellas empresas o entidades que trabajamos en el ámbito de la economía solidaria.

A los/as empresarios/as les pedimos que colaboren en la cohesión social, en la inserción social por el trabajo, que se impliquen en los intereses de la comunidad donde actúan, que no discriminen a la hora de contratar, que produzcan respetando el medio social y medioambiental... En este caso, estas peticiones se empiezan a concretar en el desarrollo de la “Responsabilidad Social Corporativa”, cuantificable mediante indicadores de R.S.C., Memorias de Sostenibilidad y Auditorías Sociales.

Por último, también le pedimos compromiso al ciudadano/a, como consumidor/a y como usuario/a de los bienes y servicios puestos a su alcance, le pedimos que sea crítico/a y responsable.

Pero esta corresponsabilidad de la que hablamos necesariamente también nos incluye y nos compromete a todas las Entidades y Empresas Sociales. Somos consumidores/as, somos empresarios/as e incluso desarrollamos, por delegación, parte de la función pública. Nuestra actuación es muy importante ya que de algún modo nos ha convertido en mensajeros/as del compromiso social y de la economía solidaria. Nuestra gestión y saber hacer deben ser ejemplo de aquello por lo que cada día trabajamos.

Por tanto, la firma de este documento pretende, poner de manifiesto un compromiso concreto hacia un conjunto de cláusulas que deben regir nuestra actividad, fortaleciendo la credibilidad de nuestro trabajo. Este compromiso seguro traerá consigo innumerables aspectos positivos: mayor motivación y compromiso social de nuestros/as trabajadores/as, mejora de la cultura corporativa, aumento de nuestro valor añadido como entidades sociales, mayor eficacia a largo plazo, mejora de nuestra imagen y proyección social. etc. Pero también debemos ser conscientes de los inconvenientes que puede traer al no poder aprovechar diferenciales de precios que el mercado ordinario nos ofrece y ayudan a equilibrar las economías de nuestras entidades.

Debemos ser conscientes de todo aquello que implica nuestra coherencia porque no valdrán cumplimientos parciales. Este compromiso y nuestra voluntad de transparencia nos deberán llevar, por tanto, a desarrollar mecanismos de control y seguimiento que permitan a cada empresa o entidad social valorar su comportamiento ético en relación a sus objetivos, así como el grado de cumplimiento de las disposiciones que se desarrollan en el presente documento. Estos mecanismos pondrán de manifiesto la mejora continua de nuestra gestión y podrán consistir en Auditorías Sociales, Sistemas de Control Interno o en permitir la supervisión por parte de Organismos Sociales a los que las propias entidades firmantes puedan dar autorización para ello.

Lo que el sector haga será directamente proporcional al éxito que consiga como resultado a todas esas líneas de sensibilización y difusión hacia la sociedad en general. No podemos exigir a nadie que adopte comportamientos que nosotros/as mismos/as no tenemos.

Por todo esto, como integrantes del Mercado Social nos comprometemos al cumplimiento de las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA.- En lo que al consumo se refiere las Entidades firmantes debe seguir las siguientes pautas de comportamiento propio:

- a. Todos aquellos productos y servicios que se encuentren ofertados en el mercado social deberán ser consumidos con carácter preferente a los equivalentes en el mercado ordinario. Sólo la falta de oferta, distribución irracional o precio no razonable dentro del mercado social, justificará el incumplimiento de este compromiso.
- b. Cada empresa o entidad social invitará a su personal, en la medida de sus posibilidades, al consumo de productos y servicios en el mercado social. Para ello permitirá, si fuera necesario, la distribución de los productos en el centro de trabajo.
- c. Todas aquellas entidades, cuyas instalaciones lo permitan, deberán facilitar, la exposición de bienes o servicios del mercado social. Para ello podrán contar con una pequeña muestra de productos y/o material informativo.
- d. Publicitarán la existencia del mercado social y la marca "MES" desde todos aquellos medios que estén a su alcance: revistas, radio, periódicos, web, etc. En el caso de contar con página web, colocarán un enlace para entrar en el mercado social de la zona o de aquella que consideren mejor opción.
- e. Cada empresa o entidad se responsabilizará de tener correctamente informados a socios/as, asociados/as y voluntarios/as de la disponibilidad e idoneidad de acudir al mercado social.

SEGUNDA.- En el cumplimiento de la disposición primera y con las exclusiones que ésta determina, deberemos adquirir en el comercio justo, las entidades de finanzas éticas y solidarias, así como en las entidades de economía social solidaria (todas ellas entendidas desde su más amplia acepción), prioritariamente los siguientes bienes o servicios:

- a. Financiación ética: En la gestión de la inversión social, gestión de tesorería coordinada en el sector solidario y resto de útiles financieros alternativos. Ejerciendo los criterios éticos tanto como ahorradores como inversores.
- b. Productos de alimentación, limpieza y demás consumibles: café, dulces, regalos, catering, material de limpieza, etc.
- c. Servicios del mercado social: mensajería, paquetería, reformas, seguros, jardinería, energías, diseño y marketing, turismo, etc.

No debemos olvidar que el consumo que las entidades realicemos además de ser un ejemplo es una oportunidad para el conocimiento de estos productos por terceros e incluso puede representar un mínimo de subsistencia para los productores/as.

TERCERA.- Como unidades de producción o de prestación de servicios deberemos ser escrupulosos en el cumplimiento de:

- a. La Legislación laboral vigente, así como el Convenio de referencia aplicable en cada caso.
- b. Posibilitar el acceso a un puesto de trabajo a personas discapacitadas y a personas en situación de exclusión social, en el mismo momento en el que exista un puesto de trabajo que estas personas puedan desarrollar.

- c. Crear empleo estable, asegurando a cada miembro de la entidad condiciones de trabajo y remuneración digna, estimulando su desarrollo personal, su formación, así como responsabilidades.
- d. Llevar una gestión responsable del voluntariado
- e. Exigir criterios de comercio justo a nuestros proveedores, especialmente a aquellos ajenos al mercado social.
- f. Utilizar de forma preferente, proveedores que lo sean desde el mercado social.
- g. Favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el medioambiente a corto y largo plazo.
- h. Buscar la coordinación, cooperación y aprovechamiento de sinergias con otras entidades sociales y del mercado social, priorizando lo local y/o sectorial.
- i. Facilitar el saber hacer a todos/as aquellos/as que lo soliciten desde la economía solidaria.

CUARTA.- En lo que se refiere al desarrollo de Programas de la Administración Pública deberemos ejecutarlos no sólo desde la eficacia y la eficiencia sino además con una gestión solidaria y justa. En las memorias que se presenten, como justificación, debe quedar claramente reflejado con quien contratamos nuestros suministros y porque. La Administración debe reconocer en nuestra gestión la ética y uso del Mercado Social como base de nuestra actuación.

QUINTA.- En nuestra gestión nuestro objeto social debe ser prioritario, por ello, deberemos acudir a otras Empresas o Entidades sociales, siempre que sea necesario, favoreciendo la sinergia que trae consigo ese compromiso común.

SEXTA.- No se considerará plenamente cumplidas estas disposiciones hasta que no se establezcan los mecanismos de control y seguimiento de su cumplimiento. Por ello debemos favorecer el consenso para el desarrollo de estos procedimientos.

SÉTIMA.- El documento una vez firmado será custodiado en los archivos de la secretaría de REAS Red de Redes y se hará público a través de Internet mediante su publicación en la página Web www.economiasolidaria.org.

A la firma de este acuerdo _____ se compromete a cumplir con las disposiciones desarrolladas en el presente documento y a guiarse por los principios, valores éticos y sociales que lo inspiran.

En _____ a _____

Fdo. _____