

COMPRAS VERDES

La expresión “compras verdes” se refiera a la realización de compras de manera inteligente o “Consumo responsable”, es decir, comprar productos que ayuden a conservar los recursos naturales, ahorren energía y eviten desperdicio.

Para considerar las compras como “verdes” debemos tener presentes al menos el siguiente planteamiento:

- A. Comprar productos duraderos en lugar de desechables
- B. Evitar los empaques excesivos
- C. Comprar productos reciclados, para la fabricación de estos artículos se usan menos recursos naturales, se recomienda leer cuidadosamente el contenido de las etiquetas de los productos

Etiquetas: Revisar el etiquetado

- Deberá tener el concepto de Producto Sostenible, abarca todos los productos o servicios que benefician al medio ambiente y/o consideran aspectos sociales. Además, son productos que conllevan a un ahorro considerable de energía y agua.
- Etiquetas ecológicas, productos o servicios que benefician el medioambiente
- Etiquetas ecológicas sociales, Para productos en los cuales se deben tener en cuenta aspectos sociales y ecológicos d) Etiquetas energéticas, ayudas para la adquisición de productos o servicios que ahorren energía

CONSUMO RESPONSABLE:

El consumidor responsable, es un consumidor sensibilizado, informado, crítico y consciente, es decir preocupado por las repercusiones económicas, sociales y medioambientales que acompañan a las sociedades de consumo.

Consumir no es sólo satisfacer una necesidad o un deseo individual, aunque ésta es la percepción que tenemos habitualmente. Al consumir estamos colaborando en todos los procesos que hacen posible el bien o servicio consumido, seamos o no conscientes de ello.

Estos procesos tienen implicaciones de carácter económico, social y medioambiental. El consumo responsable consiste en tener en cuenta estas repercusiones en el momento de elegir entre las distintas opciones que ofrece el mercado.

Características:

1. Ajustar los consumos a las necesidades reales: Esto se responde al preguntarnos si lo que vamos a comprar lo necesitamos o no.

2. Considerar el impacto ambiental: Imaginarnos o documentarnos el impacto que pudo tener el desarrollo del producto, desde el punto de vista del ciclo de vida del producto que compramos, teniendo en cuenta el conjunto del proceso desde la producción, transporte, distribución, consumo y los residuos que genera al final de su vida.
3. Plantear qué tipo de comercio queremos favorecer:
 - Adquirir bienes más saludables y duraderos.
 - Los recursos naturales renovables no se usen a una velocidad superior a su propia tasa de renovación.
 - Los recursos naturales no renovables tienen que ser utilizados a un ritmo equivalente a la tasa de sustitución por otros recursos renovables.
 - La emisión de residuos y contaminación no puede exceder la capacidad de asimilación y autodepuración de los ecosistemas.

Finanzas Éticas:

1. El ahorrador no debe ser un ahorrador pasivo sin que se interese en qué se está utilizando su dinero y cuáles son las acciones que los bancos o su banco de preferencia está apoyando.
 2. El ahorrador tiene derecho a saber de qué modo se está utilizando su dinero, qué proyectos, ideas o empresas se están financiando con él.
 3. Los recursos económicos deben utilizarse con un provecho social, creando empleo, ayudando a la inserción sociolaboral de personas excluidas, proveyendo de productos o servicios de utilidad social, apoyando procesos productivos limpios, entre otros.
 4. Los recursos económicos deben invertirse en proyectos viables, de manera que no se incurra en pérdidas que defrauden las expectativas de los/as ahorradores/as o mermen la capacidad de reutilización de tales recursos.
 5. Pensamos, en definitiva, en una gestión financiera que no persiga fines lucrativos, sino que manifieste una decidida vocación social.
- Por todo ello, resulta necesario proponer nuevas formas financieras que den respuesta a las inquietudes de todas aquellas personas que creen en una economía diferente, y que quieren que la utilización de sus ahorros esté en consonancia con sus planteamientos éticos y vitales.

Mercado Social:

Entendemos como Mercado Social una red de:

- Producción,
- Distribución y
- Consumo de bienes y servicios y
- Aprendizaje común

Que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituido tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos.

Un mercado en el que los pequeños productores vuelvan a controlar la venta y distribución de lo que producen y puedan fijar el precio de sus productos o lo fijen en común acuerdo con el consumidor y que aglutine los esfuerzos de ciudadanas/os responsables, para multiplicar la fuerza que posee un consumidor/a de forma aislada.

¿Cómo funcionaría?

Cada componente (nodo) sea empresa social o consumidor individual, procura consumir al máximo bienes y servicios producidos por el resto de los componentes del mercado social.

Los bienes y servicios que circulan en el mercado social cumplen tres criterios: ser socialmente útiles, ser ecológicamente sostenibles y haber sido producidos con equidad y democracia.

Cada componente contribuye a crear nuevas empresas sociales vinculadas al mercado social, a fin de ir completando y cerrando ciclos productivos. El mercado social, además de bienes y servicios, genera aprendizaje colectivo, innovación tecnológica, cultura, relaciones sociales, proyectos, valores, entre otros.

Comercio Justo:

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.” En él se establecen unas relaciones comerciales basadas en el trato directo y el respeto mutuo, con criterios no sólo económicos sino también sociales y ambientales. En los países del Sur, las comunidades más pobres se organizan para conseguir una vida digna. Forman cooperativas de campesinos, grupos de mujeres, artesanos, asociaciones de carácter social (que trabajan con niños y niñas de la calle, con marginados, entre otros). Son los productores, el primer eslabón del Comercio Justo. El resultado de su trabajo es un sinfín de productos de alimentación, textiles y artículos de artesanía (café, cacao, chocolate, azúcar, ropa, artículos para el hogar, cerámica, bisutería, marroquinería, juguetes...) En los países del Norte, las organizaciones de Comercio Justo trabajan con estos grupos, con el fin de abrir mercado a sus productos. Así, las importadoras y las tiendas de Comercio Justo hacen posible que sus artículos

lleguen a nuestras manos. Los consumidores somos el eslabón final que hace posible el Comercio Justo. Al utilizar con responsabilidad nuestro poder y valorar no sólo el precio de los productos, sino también las condiciones sociales y ecológicas en que se han fabricado, podemos decir NO a la explotación y contribuir a establecer relaciones comerciales más equitativas.

Criterios:

La Organización Mundial del Comercio Justo establece 10 criterios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.
2. Transparencia y responsabilidad
3. Prácticas comerciales justas
4. Pago de un precio justo
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo
8. Facilitar el desarrollo de capacidades
9. Promoción del Comercio Justo
10. Respeto por el medio ambiente

Productos de comercio justo:

Productos de calidad, comprados directamente a los productores, eliminando en lo posible el número de intermediarios y por los que se pagan precios justos.

- Alimentación: Desde café, té, azúcar, chocolate, arroz y cereales hasta mermeladas tropicales, mieles, especias, frutos secos, bebidas...
- Artesanías y muebles: bisutería, complementos juguetes, menaje del hogar, cosmética...
- Textil: moda, ropa de hogar...
- Papelería: tarjetas, cuadernos, carpetas, bolígrafos, lápices...