

Sistematizar ser un consumidor RES



En los apartados anteriores, hemos visto que ser consumidor responsable, se puede manifestar en todo un abanico de comportamientos y hábitos: la compra de productos sostenibles; la regla de las 3 R; maneras de contribuir a generar empresas social y medioambientalmente más responsables; y actividades como el voluntariado, la participación en campañas o bancos del tiempo. Para que nuestros esfuerzos puedan alcanzar el máximo efecto positivo y lleguen a ser parte de nuestra vida cotidiana, nos ayuda sistematizar ser un consumidor RES. Las posibilidades van desde la participación societaria en cooperativas y mutualidades, la adhesión a un grupo de consumo, hasta la formulación de un código de consumo personal.

MODELOS DE PARTICIPACIÓN SOCIETARIA DEL CONSUMIDOR

En la economía social, existen modelos de empresas que permiten la participación societaria del consumidor: las cooperativas de consumidores y usuarios,⁸⁸ y las mutualidades.

La **cooperativa de consumidores** es una sociedad de personas cuyo objetivo es realizar actividades empresariales que tengan por objeto el suministro de bienes o servicios para sus socios y su entorno. A través de la cooperativa, los consumidores y usuarios satisfacen sus necesidades buscando mejores condiciones de calidad y precio y con transparencia informativa y económica de la gestión.⁸⁹

88. A continuación: Cooperativas de Consumidores.

89. Cooperativas de consumidores y usuarios. Cómo empezar. Barcelona: HISPACOOOP 2001. p.4.

Los criterios esenciales de la cooperativa de consumidores son gestión y el control democráticos, y el interés por la comunidad, lo que se refleja en sus características básicas:

- ▣ Adhesión voluntaria y abierta de los socios.
- ▣ Cada socio tiene un voto.
- ▣ Transparencia en las cuentas.
- ▣ Una parte de los excedentes se aplica a fondos de reserva para capitalizar y consolidar la entidad.
- ▣ Otra parte de los excedentes se aplica al Fondo de Formación y Promoción Cooperativa que se utiliza para desarrollar actividades en defensa de los intereses de los consumidores y hacia el entorno en que operan.
- ▣ Los fondos sociales son de propiedad colectiva.
- ▣ La parte restante de excedentes se reparte entre los socios en función de la actividad cooperativizada.⁹⁰

A través de una cooperativa de consumidores, el socio puede optar a una experiencia de gestión colectiva del consumo, participa e incide en su estra-

90. Fuentes: Cooperativas de consumidores y usuarios. Cómo empezar. Barcelona: HISPACOOOP 2001. p.5 –6. Anuario de CEPES 2003, p.30.

tegia de actuación, la selección de productos a comercializar y en las acciones sociales que la cooperativa desarrolla en su entorno.

En junio de 2004, las cooperativas de consumidores españolas lanzaron un Manifiesto por la responsabilidad social y la sostenibilidad con el fin de subrayar sus aportaciones a los principios y prácticas de responsabilidad social tales como su empeño en la mejora de la calidad de vida del consumidor; su funcionamiento democrático con protagonismo para los consumidores y los trabajadores y la función social centrada en la representación y defensa de los intereses del consumidor; la información, formación y campañas por un consumo responsable y sostenible, el compromiso de colaboración con el entorno local y la solidaridad global. Además se explicitan los compromisos de futuro de las cooperativas para avanzar en el desarrollo interno y externo de la responsabilidad social.

Las **mutualidades** son sociedades de personas, sin ánimo de lucro, de estructura y gestión democrática, que ejercen una actividad aseguradora de carácter voluntario, complementaria del sistema de previsión de la Seguridad Social Pública. Las mutualidades, en determinados casos, realizan también una actividad alternativa al sistema público.⁹¹ Entre las actividades aseguradoras de las mutualidades figuran las coberturas de pensiones, asistencia sanitaria, accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, prestación económica de incapacidad temporal, atención de personas con discapacidad psíquica y seguro de dependencia, entre otros.

Las principales características de las mutualidades son:

91. Fuente: Anuario de CEPES 2003, p.35.

- ❑ **Mutualidad:** coinciden las figuras de asegurado y de socio o mutualista. La actividad principal se realiza exclusivamente con los socios.
- ❑ **Solidaridad:** principio de la “no exclusión” del colectivo en aquellos riesgos que no pueden cubrir los sistemas individuales.
- ❑ **Participación democrática** de todos los mutualistas en los órganos de gobierno de la mutualidad.
- ❑ **Igualdad de derechos y obligaciones de los mutualistas**, sin perjuicio de la prima o cuota a pagar por las coberturas de seguro o de previsión social.
- ❑ **Asignación del excedente del contenido** a la formación de un patrimonio propio de la mutualidad que sirva de garantía para hacer frente a sus compromisos y al reparto de los beneficios obtenidos, entre todos los mutualistas.
- ❑ **Competencia exclusiva** de las Comunidades Autónomas.⁹²

GRUPOS DE CONSUMO

Un grupo de consumo es una asociación formal o informal de personas que se unen con el objetivo de realizar conjuntamente el abastecimiento de cier-

92. Fuente abreviada: ídem.

tos productos, como pueden ser, por ejemplo, los alimentos ecológicos. No existe una forma definida de grupos de consumo, aunque entre las características típicas figuran:

- ▣ La autogestión del grupo, es decir administrado por los participantes.
- ▣ Una estructura participativa y democrática.
- ▣ Decisiones por consenso.
- ▣ La relación directa con los productores (eliminación de los intermediarios).
- ▣ Productos de calidad, temporada y origen local.
- ▣ Precios asequibles.
- ▣ Un compromiso de medio a largo plazo de los participantes.
- ▣ Un ideario de valores y / o político.

El funcionamiento exacto del grupo de consumo se define por sus fundadores o participantes. Puede, por ejemplo, consistir en pagar una mensualidad fija y participar en el desarrollo del proyecto, a cambio de recibir una unidad fija (caja, bolsa) de productos cuya composición varía según la temporada y producción. Algunos se constituyen como asociación, otras como cooperativas de consumidores, y otras actúan sin una forma jurídica formal. En los últimos años hay un gran auge en el consumo de alimentos ecológicos: 24 experiencias en Valencia, 20 en

Cataluña, 13 en Madrid, 8 en Andalucía y también se han constituido en País Vasco, Navarra, la Rioja, Asturias y Galicia. Puedes encontrar algunas de ellas en:

http://www.vidasana.org/varios/consumo_cooperativas.asp

SISTEMATIZAR EL CONSUMO RESPONSABLE A NIVEL FAMILIAR U OTRA CONVIVENCIA

Como hemos visto en el capítulo segundo, los distintos aspectos del consumo responsable alcanzan prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida: los alimentos, los juguetes, la ropa, los productos de limpieza, el jardín, el turismo, nuestras inversiones financieras, los residuos, la forma de disfrutar nuestro tiempo libre, etc. Para alcanzar, poco a poco, una máxima coherencia en todos estos aspectos, ¡te proponemos dar una vuelta por tu casa! Habitación por habitación y armado de papel y lápiz, compara lo que te encuentras con tus nuevos conocimientos sobre el consumo responsable. ¿Puedes ahorrar agua en casa? ¿Hay algún producto de Comercio Justo en la despensa? ¿Se evitan y reciclan los residuos? Para no agobiarte ante la cantidad de pequeños grandes actos que te hemos propuesto, empieza por una habitación o un ámbito de tu vida como puede ser la alimentación, la limpieza o el ahorro de energía. Cuando ya consideres que lo manejas de manera responsable, te puedes dedicar a otro ámbito. No tires los productos que te encuentras en tu casa y que ya no cumplen con tus exigencias de un consumo responsable. Es mejor utilizarlos hasta el final de su vida útil y luego optar por una alternativa social y medioambientalmente más responsable.⁹³

93. Esto es válido sobre todo para los alimentos y la ropa. En algunos casos, sin embargo, puede ser indicado un cambio antes de terminar la vida útil de un objeto, por ejemplo en el caso de los electrodomésticos.

Para poder contar con el entendimiento y apoyo de las personas con quienes convivas, es conveniente que les expliques lo que es el consumo responsable. Explícales también todos los beneficios que conlleva el esfuerzo de cambiar las cosas. De nuevo, será mejor acercarlos al consumo responsable poco a poco, tratando temas concretos de forma separada en lugar de todo al mismo tiempo.

También puedes incluir en la “inspección de tu vida” tu lugar de trabajo. Si existe una relación de confianza, puedes proponer medidas de mejora que pueden ir desde la compra de café de Comercio Justo hasta el uso de papel reciclado y el ahorro de energía.

HAZ TU PROPIO CÓDIGO

Los códigos de conducta normalmente son propios de empresas y organizaciones. Es un documento escrito que formula unos compromisos concretos de actuación frente a las diferentes partes interesadas y que refleja los valores sociales y medioambientales de una organización. ¿Por qué no hacerte tu propio código? Sería un trato contigo mismo que te puede servir de referencia en tus decisiones de consumo. No hace falta que lo enseñes a nadie, pero te puede ayudar para revisar periódicamente tus avances hacia un consumo más responsable.