

MONOGRÁFICO

Año III - Edición nº 7 - Sonrisas de Bombay - Octubre 2011



“COMBATIR
LA **POBREZA**
EN UN
MUNDO
REGIDO
POR EL
MERCADO”.



**SONRISAS[®]
DE BOMBAY**
CREANDO FUTUROS A TRAVÉS DEL AMOR

INTRODUCCIÓN

El gran economista indio Amartya Sen definió la condición de pobreza de una persona como *el equivalente a algún grado de privación que impide el desarrollo pleno de sus capacidades, y en última instancia, de su libertad*¹. Desde Sonrisas de Bombay, pero también desde otras organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD), instituciones públicas y agencias internacionales, trabajamos por superar dichas privaciones a través de intervenciones y proyectos en los campos de la educación, la salud o el desarrollo social y económico de las comunidades más desfavorecidas de la India.

Sin embargo, la lucha contra la pobreza, sus causas y sus consecuencias, pasa también por intercambiar opiniones y experiencias entre los distintos actores implicados, dando a conocer así nuevas formas de actuación y aprovechando al máximo las posibilidades que nos ofrecen las políticas de desarrollo, la comunicación y los recursos a nuestra disposición.

Un ejemplo de ello fue la *International Conference “Combating Poverty in a Market Driven World”* que se llevó a cabo durante los días 7 y 8 de febrero de 2001 en Bombay con el apoyo de Sonrisas de Bombay, *Creative Handicrafts*, el *Tata Institute of Social Sciences* y el *Fair Trade Forum India*.

Conferencia internacional “Combatir la pobreza en un mundo regido por el mercado”. 7 y 8 de febrero de 2011

El **objetivo central** de la Conferencia² giró en torno a la dicotomía existente entre la necesidad de usar los mecanismos disponibles dentro de las economías de mercado para aliviar las condiciones de pobreza en muchas partes del mundo, o si ese mismo sistema de mercado impide precisamente la lucha contra la pobreza de manera real y efectiva.

Para ello se establecieron cinco ejes de discusión:

- Cómo puede ser usada la economía de mercado para aliviar la pobreza
- Con qué experiencias e iniciativas cuentan las organizaciones en la erradicación de la pobreza a través del mercado.
- Cómo puede el Estado intervenir en el mercado para mejorar este proceso.
- Cómo hacer que el mercado trabaje bajo presupuestos de responsabilidad.
- Cómo crear y reunir aquellos conocimientos económicos necesarios para luchar en contra de la pobreza.

¹ Pobreza y hambruna: un ensayo sobre el derecho y la privación (1981)

² Para más información: <http://www.povertyconference2011.org>

De esta forma nos encontramos con que el paradigma económico vigente, la respuesta neoliberal, la cual ofrece soluciones que pasan por potenciar el libre comercio, la puesta en marcha de privatizaciones o la disminución del peso de los Gobiernos en la economía, dejando al mercado al cuidado de la distribución de la riqueza, no está ofreciendo una solución efectiva a la lucha contra la pobreza, sino que más bien contribuye a hacerla más patente dejando a aquellos sectores de la población que no consiguen ser productivos fuera del camino de la supervivencia económica y del desarrollo.

Así, el dilema que se plantea es, como se ha comentado en párrafos anteriores, o bien permanecer dentro del sistema de mercado tal y como está creado luchando por cambiar sus características desde dentro, o bien crear una alternativa desde fuera del mismo que logre aquello que este por sí solo no consigue realizar, por ejemplo, la eliminación de las grandes desigualdades y la pobreza.

Distintas opciones, como las empresas de interés social o aquellas que centran su actividad en el comercio justo, apuestan por cambiar el sistema desde dentro a través de distintas iniciativas macro y micro. A nivel macro, mediante su articulación en torno a organizaciones internacionales como la *World Fair Trade Organization* (WFTO), buscan soluciones al desequilibrio de las relaciones que existen en los acuerdos de comercio transnacional plasmados a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y usan el comercio como elemento de desarrollo económico de las comunidades. Y a nivel micro persiguen, a través del empoderamiento y el fortalecimiento de las capacidades de aquellos sectores de la sociedad que, como las mujeres, no suelen formar parte de la población activa de las economías locales, la creación de cooperativas y su articulación social, de forma que entren a formar parte del propio mercado de una forma más igualitaria y justa.

Los talleres de discusión creados en torno a iniciativas de: I) Comercio Justo, II) Microfinanzas y Microcréditos, y III) Otras Iniciativas de la Sociedad Civil en torno al Mercado, se vieron complementados por aquellos vinculados a los esfuerzos de las empresas en la lucha contra la pobreza, las iniciativas Público-Privadas por la misma causa o el uso de fondos empresariales por parte de las ONGD.

A su vez, estos talleres se desarrollaron junto a Mesas Redondas y Foros que versaban sobre las políticas nacionales e internacionales y sus efectos sobre la economía privada, o iniciativas conducentes a un sistema de mercado más justo que el actual.

Participaron en el mismo profesionales del desarrollo, economistas, profesores universitarios, personal de las agencias multilaterales de la ONU, políticos, expertos en legislación internacional, microfinanzas y personal directivo de ONGD y asociaciones internacionales de comercio justo.

INICIATIVAS DE COMERCIO JUSTO

El comercio justo no existe aislado de las políticas de mercado, las empresas o los consumidores. De hecho, las organizaciones internacionales de este tipo de comercio mantienen alianzas estratégicas con entidades políticas con el objetivo de poner en marcha iniciativas que permita que los beneficios del comercio internacional lleguen a los pequeños productores. Las relaciones con empresas multinacionales persiguen que se reconozca el comercio justo como una buena práctica en las políticas internas empresariales de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y a los productores como socios fiables y serios, óptimos socios de sus iniciativas empresariales por la calidad de sus productos y servicios. En el caso de los consumidores, estos se han convertido en un objetivo principal. Se ofrece a los mismos garantías sociales y medioambientales y se les hace ver como, a través de su participación activa, están trabajando en la construcción de un mundo mejor basado en la sostenibilidad y los beneficios para todos.

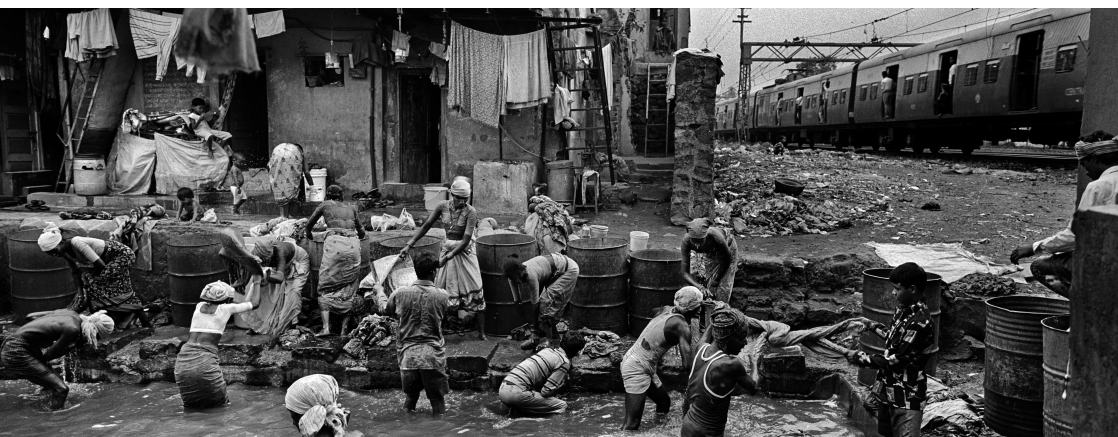
Sin embargo, no faltan críticas a tales iniciativas. No hay duda de que el comercio justo ha ayudado a mucha gente proveniente de comunidades pobres a conseguir un mejor nivel de vida y una mayor dignidad. Si embargo no hay que olvidar que en numerosas ocasiones, aunque los trabajadores y trabajadoras involucradas en iniciativas de comercio justo tienen un alto nivel de formación y capacitación, suelen recibir rentas inferiores a la media por sus productos y servicios. Así, podemos afirmar que el comercio justo ha ayudado a muchas personas a entrar en el mercado laboral, a considerarse población activa y a desarrollar actividades productivas, pero no es tan cierto que hayamos conseguido que salgan de la pobreza. Vivimos en un mundo muy competitivo que ha llevado a las iniciativas de comercio justo a competir en mercados internacionales los cuales han presionado, sobre todo a las actividades en torno a la artesanía, los precios hacía abajo y, por tanto, los salarios vinculados a los mismos. Hay, pues, que buscar nuevas y efectivas maneras de combatir la pobreza a través del comercio justo.



MICROFINANZAS Y MICROCRÉDITOS

El elemento fundamental de los microcréditos, su principal valor y objetivo, es poder facilitar el acceso a recursos económicos, mediante créditos, a aquellas comunidades donde este hecho es difícil. Así, si citamos el ejemplo de la India, el 61% de la población rural del país no tiene acceso a los servicios de una entidad financiera. Las microfinanzas tienen, además, un elevado potencial para impulsar iniciativas generadoras de rentas, estabilizar el consumo y proteger frente a los riesgos. En el caso de ESAF India³, su experiencia garantiza el acceso de sus clientes a los medios necesarios para poner en marcha sus iniciativas productivas, incluso en aquellas partes del país donde los servicios bancarios son, hoy día, inexistentes para propietarios de bajos ingresos.

Otras voces señalan como los microcréditos y microfinanzas fueron, hace unos años, la gran esperanza en los instrumentos de lucha contra la pobreza, sin embargo, recientemente estamos descubriendo grandes problemas basados principalmente en las características propias del sistema de microcréditos. Por ejemplo, muchas veces los clientes que se dirigen a las instituciones de microcréditos no tienen más alternativa que los usureros locales, así que es relativamente fácil caer en el abuso dada la posición de dominancia. En este mismo aspecto incide que, en la gran cantidad de las ocasiones, los pequeños productores clientes de los microcréditos no tienen bienes o propiedades con los que avalar sus créditos, lo que unido a las cuantías pequeñas que suelen solicitarse, o los cortos periodos de devolución, puede hacer que los intereses de los préstamos sean desproporcionados. Por otro lado, las instituciones microcrediticias externalizan el riesgo obligando a sus clientes a hacer recaer el mismo en su comunidad, mediante obligaciones de solidaridad, lo que aumenta la presión sobre los clientes, sobre todo cuando se trata de mujeres. Por todas estas razones, numerosos organismos internacionales y ONGD han abandonado los microcréditos como instrumentos de la lucha contra la pobreza.



³ <http://www.emfil.org/>

OTRAS INICIATIVAS DE LA SOCIEDAD CIVIL

Desde los años 60 del pasado siglo, la sociedad civil organizada ha ido tomando protagonismo en las decisiones llevadas a cabo en las democracias del mundo. Así, las organizaciones y entidades no gubernamentales llevan tiempo alzando su voz y denunciado las situaciones de marginación, injusticia, discriminación y desigualdad económica que existen hoy en día. Sin embargo la naturaleza de esas organizaciones ha cambiado con el paso de estos años. Su objetivo ha pasado a ser la necesidad de defender un espacio público centrado en las personas, un espacio donde sus derechos sean protegidos. De este modo, y pese a que muchos estudios señalan que la sociedad civil organizada se reconoce como diferente frente al Estado y el Mercado, en la etapa actual de desarrollo de la misma muchas formas de organización social se encuentran colaborando con ambos ámbitos.

El caso de las organizaciones que trabajan con los campesinos de las zonas de secano del Distrito de Aurangabad, en Maharashtra, India, es un ejemplo claro de este nuevo tipo de sociedad civil. Estas organizaciones llevan luchando junto a los campesinos más de 15 años, trabajando por aumentar el valor de sus productos agrarios de forma que los campesinos logran incrementar sus ingresos. Las principales acciones desarrolladas consiguieron añadir valor añadido a las producciones locales a través de modernas técnicas de marketing y del fomento del asociacionismo campesino, a pesar de encontrarse frente a mercados de carácter semifeudal, en teoría, controlados por instituciones elegidas de forma democrática.

EL PAPEL DE LAS EMPRESAS EN LA LUCHA CONTRA LA POBREZA

Numerosas iniciativas provenientes del mundo empresarial persiguen, a través de modelos inclusivos de negocio sostenible, poner el foco de atención en la mejora de la calidad de vida y la satisfacción de las necesidades de las comunidades en situación de pobreza. En su mayoría están basadas en la presencia de iniciativa privada empresarial en todo lo relacionado con el desarrollo y en este sentido muchos proyectos han tenido un fuerte impacto social en aspectos tales como la salud, la educación, la agricultura o la energía.

Otras iniciativas, por su parte, centran su atención en el papel de las empresas y su responsabilidad para con su entorno social y ambiental más cercano. Sus políticas de Responsabilidad Social (RS) son ejemplos claros de la implicación de las mismas más allá de sus obligaciones normativas.

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN LA LUCHA CONTRA LA POBREZA

En el actual contexto internacional de crisis económica, donde el peso de la intervención de los Estados en las políticas públicas de desarrollo internacional está menguando dentro de sus presupuestos anuales, la colaboración público-privada, conocida por sus siglas en inglés PPP (*Public Private Partnership*) aparece como una alternativa de articulación y sinergia para unos recursos cada vez más escasos. No hablamos solo de los países origen de los fondos, sino cada vez más de aquellos que son receptores de los mismos y que cuentan con potentes empresas nacionales.

El ejemplo de la India es clave en este sentido. En 2011, la colaboración público-privada ha sido la mayor apuesta del Gobierno Federal para mejorar la eficiencia, la eficacia y la disponibilidad de los servicios en políticas sociales tales como la salud, la educación, el medio ambiente o el desarrollo rural.

Junto al sector público, el sector privado y las ONG se encuentran trabajando por el desarrollo de la sociedad india. Además, el Gobierno indio traslada la visión de que la participación de la iniciativa privada en la consecución de los Objetivos del Milenio no es una abdicación del papel del sector público y de las responsabilidades del mismo, sino una herramienta del Estado para llegar a sitios donde, de otra manera, no podría llegar.

Fuera de la India encontramos también algunos ejemplos de esta colaboración PPP. Es el caso de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNCC)⁴, organización no gubernamental que agrupa a más de 560 mil cafeteros, la mayoría de ellos pobres y sin educación. Esta organización ha desarrollado la tecnología más moderna para cultivar café y obtener altos rendimientos, sin embargo, los campesinos con menores niveles educativos tienen fuertes dificultades para acceder a estos recursos tecnológicos tan provechosos.

Así, la colaboración público-privada aparece en las fuertes inversiones del Gobierno Colombiano en la educación de los hijos e hijas de los cafeteros. Estos podrán desarrollar su futuro, cafetero o no, en igualdad con aquellos niños y niñas de familias más educadas y acomodadas, y además dentro de sus propias comunidades. Y todo a través de esta relación entre la Federación de Cafeteros y el Gobierno.

⁴ <http://www.federaciondecafeteros.org/>

EL USO DE FONDOS EMPRESARIALES POR PARTE DE LAS ONGD: ESTUDIO DE CASOS

Para finalizar, describiremos aquí brevemente el caso de una ONGD y de su experiencia en el uso y gestión de fondos económicos provenientes del sector empresarial, así como un análisis crítico del uso de este tipo de recursos por las organizaciones de desarrollo.

*WaterAid*⁵ es una organización originaria del Reino Unido cuya misión principal es transformar la vida de las comunidades donde actúa a través de proyectos concretos de acceso al agua, saneamiento e higiene. *WaterAid* tiene más de 30 años de experiencia en colaboración con la industria británica del agua y el saneamiento, ya desde un primer momento, cuando el sector estaba en manos de un monopolio público, hasta su posterior gestión y propiedad en manos privadas. Esto le ha dado una amplia experiencia en la gestión de casos y en la evaluación del comportamiento del sector en el paso de un tipo de propiedad a otra. Además, durante todo este tiempo, *WaterAid* ha llevado a cabo colaboraciones con otras empresas, como H&M, y ha declinado, también, trabajar con otras muchas debido a la puesta en marcha de su propio Código Ético.

Por otro lado, las compañías internacionales que se están estableciendo en la India desde la apertura económica de los años 90s., están reconociendo el hecho de que la mejor forma de llevar a cabo sus negocios es alinearse ellos mismos con los objetivos de desarrollo del Gobierno de la Nación. A través de iniciativas empresariales y corporativas de responsabilidad social, estas empresas piensan que pueden asegurarse un futuro prospero en los negocios, además de ayudar al país. Estas compañías están descubriendo como el dinero no es el único recurso que pueden poner a disposición de las iniciativas sociales. A veces, otro tipo de ayuda como la transferencia tecnológica y el *know-how*, o las prácticas de marketing pueden llegar a tener un mayor valor que su equivalente monetario además de ser más sostenibles y beneficiosas a largo plazo. En la India existe el ejemplo de *Partners-in-Change*⁶, organización que tiene un largo historial de éxitos en la puesta en marcha de iniciativas que vinculan los negocios y las organizaciones de voluntarios y voluntarias que trabajan en el país. Desafortunadamente no hay muchos datos disponibles sobre las cuantías que el Gobierno destina a este tipo de proyectos y organizaciones. Recibir dinero del Gobierno puede llevar a las entidades no gubernamentales a incrementar su nivel de reconocimiento público y su credibilidad como organización. Sin embargo, la dependencia de los fondos del Gobierno puede llevar a la organización a sufrir determinadas presiones políticas o hacerla vulnerable al control del Estado. La credibilidad de una organización es el factor más importante a la hora de atraer fondos y otros recursos no pecuniarios. Sin credibilidad, el *fundraising* es casi imposible. Tener credibilidad significa que la organización es completamente confiable.

⁵ <http://www.wateraid.org/uk/default.asp>

⁶ <http://www.picindia.org/>

CONCLUSIONES

Las ONGD que trabajan para erradicar la pobreza ponen en práctica políticas y usan herramientas e instrumentos numerosos y variados. En este sentido, nos encontramos, desde aquellas organizaciones que ponen el énfasis en la consecución de un precio adecuado por los bienes y servicios de las comunidades locales a través de proyectos de Comercio Justo, a veces asociándose y ejerciendo presión a diferentes instancias para que los acuerdos de comercio internacional y de mercado le sean lo más favorables posibles. Hasta los programas de créditos y microfinanzas, los cuales persiguen hacer llegar los recursos y los servicios bancarios a comunidades que, de otra manera, no tendrían acceso a los mismos, pasando por aquellas iniciativas que persiguen mejorar la cadena de valor, la productividad o el acceso a los mercados de pequeños productores campesinos. Todas tratan de poner su grano de arena en esta lucha por una sociedad más justa a principios del siglo XXI.

Pero es que además, las organizaciones sociales no deberían estar solas, sino que deberían contar con el apoyo de Gobiernos y empresas y de nuevas formas de colaboración público-privada (PPP) las cuales ya ofrecen a las comunidades no sólo recursos financieros, sino también otros elementos y conocimientos que les permiten avanzar y salir del círculo de la pobreza en el que se hayan confinados.

Desde Sonrisas de Bombay trabajamos para generar herramientas a las comunidades de los slums que permitan avanzar en una transformación hacia la justicia social y apostamos por la reflexión, el análisis, la propuesta y la creación de redes para avanzar en esta línea, como muestra la organización de esta conferencia.

Porque como decía Amartya Sen *“la privación no radica en lo que la gente no posee, sino en aquello que les incapacita para poseer los logros favorables de las personas”*.



**TÚ TAMBIÉN PUEDES
FORMAR PARTE DE
NUESTRO PROYECTO
DE LUCHA CONTRA LA
POBREZA Y POR EL
RESPECTO A LOS
DERECHOS HUMANOS.**




**SONRISAS[®]
DE BOMBAY**

CREANDO FUTUROS A TRAVÉS DEL AMOR

Teléfono: 93 467 34 45

info@sonrisasdebombay.org

www.lasonrisasdebombay.blogspot.com

 Sonrisas de Bombay

w w w . s o n r i s a s d e b o m b a y . o r g