



Campaña Pública:
“10 en Economía Social”

Esta campaña pública promueve el crecimiento armónico de la Economía con sentido de lo Social a partir de desarrollar los conceptos de Consumo Conciente y el Comercio Justo en familias, organizaciones sociales, empresas, instituciones estatales, universidades, etc.

Cuando cada uno revisa sus actos de consumo y elige comprar un 10% de sus compras a los pequeños productores articulados a esta nueva economía, está satisfaciendo sus necesidades a la misma vez que genera trabajo digno en los que menos oportunidades tienen.

Bruno Zangheri, joven **vicepresidente de El Arca** nos dice: “Como consumidores hay acciones que son más integrales que otras y el consumo conciente es una de ella. La posibilidad de alimentarme yo y a la misma vez que se alimente otra persona a partir de su trabajo es una acción muy fuerte, muy poderosa. La compra es una acción simple que podemos convertirla en tremendamente poderosa, a partir de nuestra elección”.

“Para mí, dice **Rosa López actual presidenta de El Arca** y productora de alimentos, sacarnos un **10 en Economía Social** es que muchos mendocinos decidamos comprar una pequeña parte a los pequeños productores generando trabajo y vida digna en aquellas familias que la luchan mucho todos los días para sostenerse”

Otra economía surge en Mendoza. Es esta que comienza a surgir sumando Productores + Consumidores con organizaciones capaces de nuclear familias, empresas, organizaciones sociales e instituciones públicas que compran bajo el concepto del precio conveniente para ambos, en donde se generan solidaridades recíprocas y sobre todo se comparten valores.

Es decir, cuando:

- ✓ Una familia decide que cada \$100 gastados, \$10 se los compra en alimentos, ropa, servicios, obsequios artesanales, etc a estas formas organizativas que promueven el trabajo local, en especial de aquellos que menos oportunidades tienen.
- ✓ Una empresa compra en la Economía Social, por ejemplo, la ropa de trabajo o la comida de sus empleados, o bien contrata servicios auxiliares, impresos o regalos empresariales, con este criterio inclusivo.
- ✓ Una Universidad adapta sus sistemas de compra adquiriendo servicios, productos reciclados, alimentos, regalos artesanales, o conocimiento aplicado ofrecido por los Actores de la Economía Social.
- ✓ El Estado municipal, provincial o nacional activa normas legales que dan sustento a sus procedimientos de compra futura y propone una meta de compra del 10% en la Economía Social, capacita a sus funcionarios para la ejecución, concretiza el registro de las organizaciones de la Economía Social y orienta sus consumos como un consumidor conciente y responsable.

La Campaña ***“10 en Economía Social”*** reconoce el rol activo de productores y consumidores en la construcción de vínculos comerciales diferentes, generando relaciones convenientes para ambas partes, integrando a los diferentes sectores en especial a aquellos que menos oportunidades tienen.