

varias personas que se preocupan por la miseria de los demás y deciden unir sus esfuerzos

tam-tam
número 43 | junio de 2010

VENTA SOLIDARIA Emaús y la ayuda mutua

tam-tam, el periódico mural de Emaús

«El movimiento Emaús consiste en el encuentro entre varias personas [...] que se preocupan por la miseria de los demás y deciden unir sus esfuerzos [...]. Creo que esa es la esencia del movimiento».

Abbé Pierre

 **EMAÚS INTERNACIONAL**

Editorial

El valor de compartir los recursos Estamos ya cerca del mes de junio, el momento en el que, cada año, los grupos Emaús organizan un evento que los une a los demás miembros del movimiento internacional: la venta solidaria mundial. Los fondos recaudados en estas ventas permiten a Emaús Internacional ofrecer una ayuda económica a grupos que atraviesan dificultades (como hacer frente a situaciones de emergencia, recuperarse tras un imprevisto, etc.) o

que necesitan apoyo para poner en marcha una nueva actividad, ya sea de forma individual o como iniciativa regional.

La venta solidaria tiene un valor incalculable. Se trata de una pieza indispensable en el mecanismo de apoyo entre los grupos Emaús, ya que es la fuente de ingresos en la que se basan los proyectos de solidaridad. Pero, además, también es una forma muy concreta de proyectar a esca-

la internacional el sentido profundo de la acción de Emaús: apoyar a quienes más lo necesitan.

En este año difícil para muchos grupos, no dejemos de lado este acontecimiento tan importante para nuestro movimiento. Sumémonos todos a este evento colectivo —e incluso festivo— en el que, por todo el mundo y al mismo tiempo, los grupos Emaús organizan su venta solidaria.



Todos a bordo

- **Preparados... listos... ¡ya!** La venta solidaria hay que comenzar a prepararla más o menos con un mes de antelación, porque trabajo no falta: hay que implicar a todo el grupo (compañeros, voluntarios, colaboradores, empleados...), determinar la fecha y el lugar, organizar algún evento paralelo, hacer publicidad (carteles, medios de comunicación locales), preparar los objetos para la venta... Y todo ello para llegar a buen puerto entre el 13 y el 27 de junio.
- **Cartel** Emaús Internacional pone a disposición de todos los grupos un cartel para anunciar la celebración de la venta solidaria, con un espacio en blanco para indicar la fecha, la hora y el lugar.
- **Proyectos financiados gracias a la venta solidaria** Se pueden pedir a la SIE los documentos necesarios (por ejemplo, la memoria anual o un pequeño cartel explicativo). Para cualquier pregunta, escribir a Emmanuelle Larcher, responsable del departamento de solidaridad (e.larcher@emmaus-international.org).

Una publicación de Emaús Internacional - 2010
contact@emmaus-international.org
47 avenue de la Résistance - 93104 MONTREUIL Cedex (Francia)
Director de la publicación: Jean Rousseau - grupo de publicaciones
Redacción: Majda Bouchanine
Traducción: Juan Pablo Ramos Gutiérrez
Diseño gráfico: Nicolas Pruvost (www.nicolaspruvost.fr)
Ilustración: Claire Robert (www.clairerobert.org)
Fotografías: Atelier des grands pêcheurs (imagen principal), Emaús Internacional
Impreso en papel con certificación FSC por Loire offset Titoulet

www.emmaus-international.org

Emaús en movimiento

Seleccionar objetos llamativos, preparar el lugar de la venta, añadir un grupo de compañeros, responsables y un puñado de amigos. Mezclarlo todo y guarnecer con bastantes clientes. Salpimentar con una cierta dosis de buen humor y espíritu solidario. Dejar que se haga y... ¡listo! Ya tenemos una venta solidaria.

Del 13 al 27 de junio de 2010, en todos los rincones del mundo, cientos de grupos Emaús organizarán de forma casi simultánea una venta extraordinaria que permitirá recaudar fondos para hacer frente a las necesidades de otros grupos menos favorecidos. Se trata de una expresión concreta del compromiso solidario existente entre los grupos del movimiento Emaús.

Distintos tipos de ventas para distintas realidades

Los grupos Emaús organizan la venta solidaria una vez al año, a ser posible durante el mes de junio. Aparte de este punto común, no existe ningún modelo definido, ni regla alguna sobre el nivel de ingresos esperado. Si hubiese algún lema para la venta solidaria, sería "cada cual según sus medios". En algunas comunidades se van apartando objetos bonitos a lo largo de todo el año para ponerlos a la venta ese día, mientras que otros grupos recurren a la artesanía que ellos mismos producen. En unos casos, la sala de ventas se abastece con el material recibido a través de los contenedores y, en otros, lo que se vende son dulces caseros, preparados por el grupo. Un día festivo o un sábado cualquiera, zapatos de ocasión, muebles de época, cortinas, vestidos, platos, tejidos tradicionales, bolsos artesanales o productos alimentarios... La venta



solidaria tiene características muy diversas de un país a otro y en función de las actividades del grupo. Pero, todo esto, ¿para qué?

Más que una venta, la expresión de la ayuda mutua entre los grupos

La razón de ser de esta venta solidaria es muy sencilla: poner en común los recursos para constituir un fondo que permite a cualquier grupo solicitar apoyo económico a Emaús Internacional. Un apoyo que puede servir para hacer frente a una situación imprevisible, salir de un momento difícil, lanzarse a una nueva aventura,



crear otra actividad, etc. Cada año, los fondos recaudados mediante la venta solidaria mundial permiten apoyar una veintena de iniciativas y cubrir varias partidas de ayuda de emergencia, que permiten a muchos grupos salir de un bache o poder continuar su acción social.

Emmanuelle Larcher, responsable del departamento de solidaridad de la Secretaría Internacional de Emaús (SIE), nos resume el mecanismo de la venta solidaria: «Una vez que los grupos presentan sus propuestas, la asignación de los fondos se basa principalmente en dos criterios: la solidez del proyecto y el dinero disponi-

ble. Si hay una buena recaudación, eso nos permite no tener que decir no a grupos que necesitan una ayuda puntual para superar un momento difícil o emprender un nuevo desafío».

¿Por qué este tipo de ayuda y no otro?

Para Raihan Ali, responsable de Thanapara Swallows (Bangladesh), la respuesta es muy sencilla: «Porque no tenemos ninguna otra solución a nuestro alcance. En caso de emergencia, recurrir a instituciones u organismos de ayuda internacionales puede acortar un proceso muy burocrático, y no lograríamos obtener los fondos a tiempo. Con Emaús tenemos una respuesta rápida y un procedimiento accesible a la gente que trabaja sobre el terreno». Las preocupaciones son similares en el caso de la República Democrática del Congo. Jean Busogi, responsable de CAJED, un grupo Emaús situado en Goma, considera que los fondos solidarios de Emaús permiten llevar a cabo proyectos a largo plazo que no interesan a los organismos de financiación: «En nuestro país, cuando nuestro grupo intenta poner en marcha actividades para ayudar a los antiguos niños-soldado a volver a disfrutar de una vida normal, encontramos reticencias para obtener financiación porque se considera que de aquí a unos años este problema ya no estará tan presente en los medios de comunicación. En esas condiciones es difícil financiar la construcción de centros de acogida que puedan funcionar durante diez o quince años».

El fondo común sirve también para apoyar la puesta en marcha de actividades generadoras de ingresos a largo plazo. A modo de ejemplo, los fondos recaudados por las ventas solidarias en 2009 han permitido construir una sala de ventas y un taller, crear una granja escuela para jóvenes, comprar un camión para aumentar la capacidad de recogida, abrir una planta de transformación de productos alimentarios, crear una nueva comunidad de trabajo y otras muchas iniciativas en los cuatro continentes. ■

Escala en... Piura (Perú)

Juan Melquiades, responsable del grupo y consejero mundial de acción política y solidaridad internacional, nos habla de la venta solidaria anual de la Comunidad Águilas Emaús Piura (al norte del Perú).

Preséntanos Águilas Emaús a grandes rasgos. Nuestra comunidad existe desde hace 23 años. Cuarenta compañeros (hombres, mujeres e incluso familias) viven y trabajan en la comunidad para recuperar la dignidad y la alegría de vivir. Fundamentalmente recogemos papel, cartón, plástico... pero la comunidad también tiene sus propios talleres de carpintería y hierro forjado. Tenemos ventas varias veces a la semana. También trabajamos fuera de nuestra comunidad: tenemos una escuela rural, un centro de fisioterapia y rehabilitación y repartimos ropa a las poblaciones más desfavorecidas de los pueblos de sierra.

Dentro de poco es la venta solidaria. ¿Cómo se lleva a cabo en Piura? La venta se celebra en un pueblo diferente cada año e involucramos a una organización popular de la localidad. Algunos de los compañeros se encargan de seleccionar la ropa que se venderá (en nuestro caso, la ropa procede de un contenedor enviado desde Europa, ya que acá lo que recogemos es sobre todo material reciclable, cartón y papel) y otros coordinan las cosas con la asociación local para fijar la fecha, el lugar, etc. Entonces anunciamos el evento a través de los medios de comunicación locales. Para que los más pobres puedan comprar, todo se vende a 1 sol peruano (unos 0,25 euros). Una vez cubiertos los gastos, las ganancias se transfieren a Emaús Internacional, y una pequeña parte a la asociación local que ha colaborado con nosotros. La venta pretende ser solidaria internacionalmente, con los compradores locales y con la asociación local:



todo el mundo sale ganando. En general, se necesita un mes de preparación.

¿Qué es lo que les motiva a organizar la venta? El hecho de sentirse parte de un movimiento. Eso da más sentido a nuestro trabajo. Y los compañeros están motivados por ese doble compromiso: participar en el fondo de solidaridad internacional y trabajar con una organización popular que ayuda a los más desfavorecidos acá. La idea es siempre facilitar a una población desfavorecida la compra de productos accesibles para ellos, con precios más bien simbólicos. El único obstáculo con el que a veces nos topamos es la falta de productos para vender...

Cuéntanos una anécdota, algún recuerdo. Antes solíamos invitar a un cantante para animar el evento y la tómbola. Una vez, el cantante resultó ser tan bueno que los clientes se olvidaron de la venta, ¡se quedaron embelesados por el espectáculo! Nos vimos obligados a interrumpir el espectáculo para que la venta continuase... ¡Desde entonces nos lo pensamos dos veces antes de organizar un concierto!

¿Un consejo? Se puede resumir en cuatro ideas: una buena planificación, un poco de voluntad, involucrar a los compañeros y una buena publicidad. ■