



**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.



# Consumo Responsable y Comercio Justo para un mundo en crisis

*Andrés González García*

*Presidente Coordinadora Estatal de Comercio Justo*

Aula de Solidaridad, 23 de enero de 2008





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# ¿Qué es la Coordinadora Estatal de Comercio Justo?

- La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), formada por 34 organizaciones y tiendas de toda España y con sedes en San Sebastián y Madrid, lleva desde 1996 acercando a la sociedad el Comercio Justo.
- El Comercio Justo ofrece a los productores/as unas condiciones laborales justas e igualitarias, el respeto por el medio ambiente y la no explotación infantil a lo largo del proceso.





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ conocer para cooperar.

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# La teoría económica y el consumo responsable

- Consumo puritano vs. horaciano
- Ahorro – consumo e inversión solidaria
- El Ché vs. Fidel: motivación
- ¿El “hombre nuevo” es posible?





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ conocer para cooperar.

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Consumo y Desarrollo Humano (PNUD 1998)

- ❑ Desigualdades abismales (x66)
- ❑ Tensión sobre el planeta – huella
- ❑ Globalización de los efectos negativos
- ❑ “El futuro es sombrío si seguimos actuando como hasta ahora”
- ❑ Objetivos y líneas de actuación





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Consumo responsable

- Cambio de pautas de consumo
  - Consumo como acto político
  - Consumo y medio ambiente
  - Consumo y justicia
  - Necesidad de cambiar
  - Asumir responsabilidad personal
  - ¿Cambio global imposible?





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

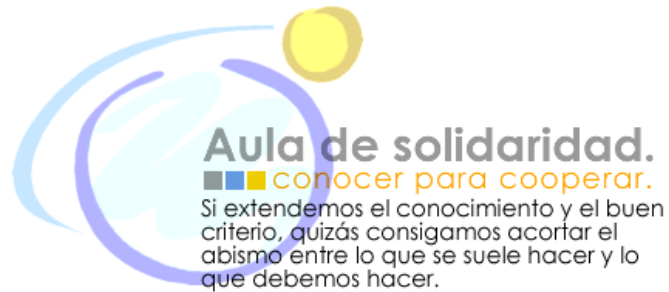
Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Consumos responsables

- El comercio justo y alternativo
- El ahorro responsable
- La banca ética
- La economía de justicia y solidaria
- La empresa social

**Felicidad o beneficio**





# ¿Y qué es el Comercio Justo?<sup>(1)</sup>

*“El comercio justo es una asociación comercial que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto; que busca incrementar la equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando el cumplimiento de los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de comercio justo (respaldadas por los consumidores) están comprometidas activamente en apoyar a los productores, concienciar e implementar campañas para que se produzcan cambios en las reglas y en la práctica del comercio internacional convencional.”*

(1) Definición FINE recogida por la Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo 2005/2245(INI)





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ conocer para cooperar.

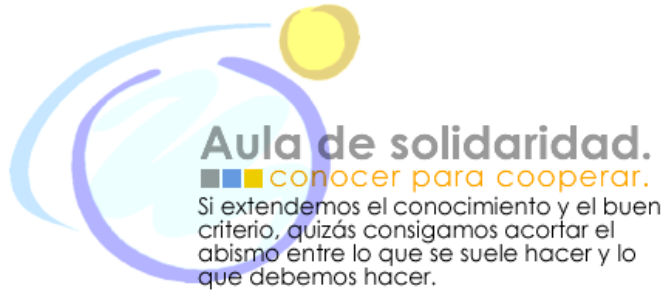
Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

## ¿Existe entonces un Comercio Injusto?

- *“Si África, el este y el sur de Asia, y América Latina vieran incrementada en un 1% respectivamente su participación en las exportaciones mundiales, el aumento resultante de sus ingresos podría liberar a 128 millones de personas de la pobreza. Esa reducción de la pobreza contribuiría a mejorar otras áreas como la salud infantil y la educación.”*

(1) Informe de Comercio. Campaña Comercio con Justicia. IO  
[www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com)

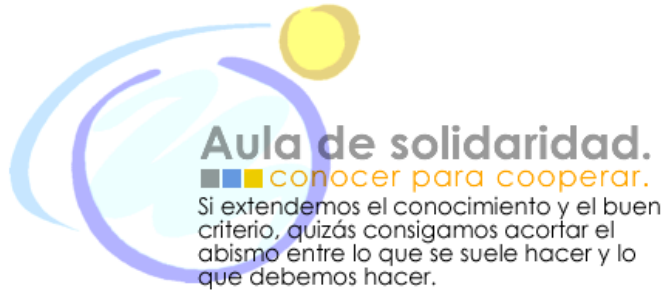




# Los motores del Comercio Justo

- Los productores de Comercio Justo
- Los consumidores responsables
- La incidencia política en políticas comerciales y de consumo
- El sistema de Comercio Justo





# Gama de productos del Comercio Justo

- Alimentación: café, cacao, chocolate, azúcar, infusiones, frutas tropicales...
- Textiles: algodón, seda, lana...
- Artesanía: hogar, cerámica, bisutería, marroquinería, juguetes...

¿Y por qué no muchas más...?





## Aula de solidaridad.

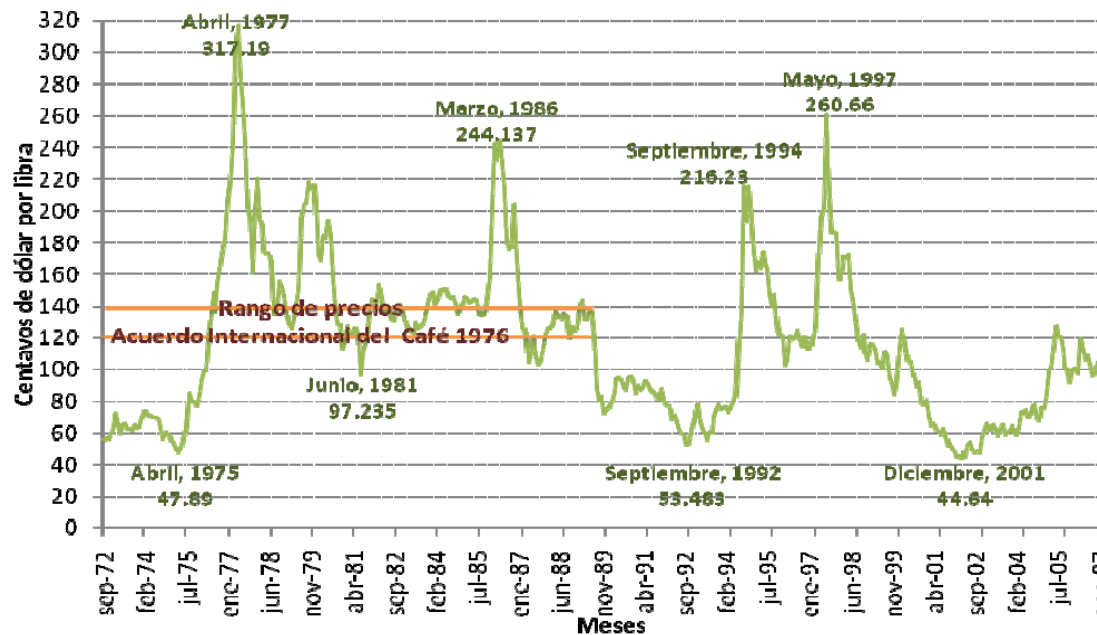
■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# A vueltas con el café

**Gráfico 1.- Evolución del precio internacional del café para contratos tipo C, en el mercado de productos básicos de Nueva York.**

(Centavos de dólar por libra; Septiembre, 1972-Mayo, 2007)



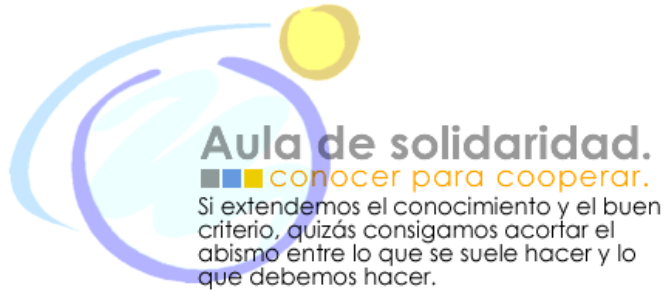
Fuente: elaboración propia a partir de datos del New York Board of Trade.



# Criterios de Comercio Justo I/II

- a) Un **precio justo** al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,
- b) parte del pago se debe efectuar **por adelantado**, si el productor así lo solicita,
- c) una **relación estable y a largo plazo** con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo,
- d) **transparencia y rastreabilidad** en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,
- e) unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)**,
- f) el **respeto** del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social,





# Criterios del Comercio Justo II/II

- g) **programas de desarrollo** de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo,
- h) el respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de **productores**,
- i) actividades de **sensibilización** sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional,
- j) el seguimiento y la **verificación del cumplimiento de estos criterios**, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación,





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Rutas de Comercialización

*“Los productos del comercio justo se comercializan por dos rutas:*

- *la **ruta integrada**, en la que los productos (principalmente de artesanía) son importados por las organizaciones de comercio justo y distribuidos fundamentalmente por establecimientos especializados este tipo de comercio (tiendas de comercio justo),*

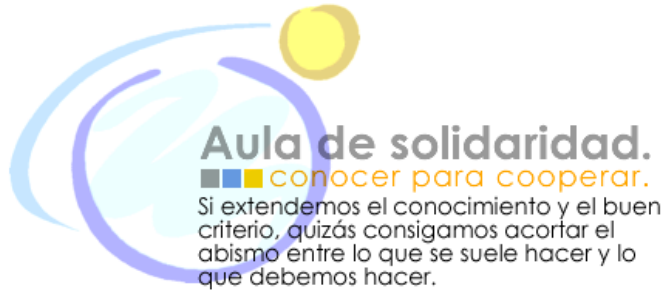


- *y la **ruta del etiquetado**, en la que el etiquetado de los productos corre a cargo de organismos especializados en la certificación de comercio justo, que confirma que sus procesos de producción respetan sus principios”*



- *“... Los importadores y distribuidores pueden ser empresas tradicionales y los canales de distribución pueden ser tiendas minoristas normales.”*





# Movimiento Internacional

*“...organizado en las asociaciones internacionales WFTO - IFAT (Organización Mundial de Comercio Justo), FLO (Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo), NEWS (Red Europea de Tiendas del Mundo) y EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo), ha desarrollado normas voluntarias armonizadas a escala internacional para los productos, tanto etiquetados como no etiquetados, y las organizaciones de comercio justo a lo largo de las últimas cinco décadas...”*

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo está integrada en las diferentes organizaciones internacionales de Comercio Justo





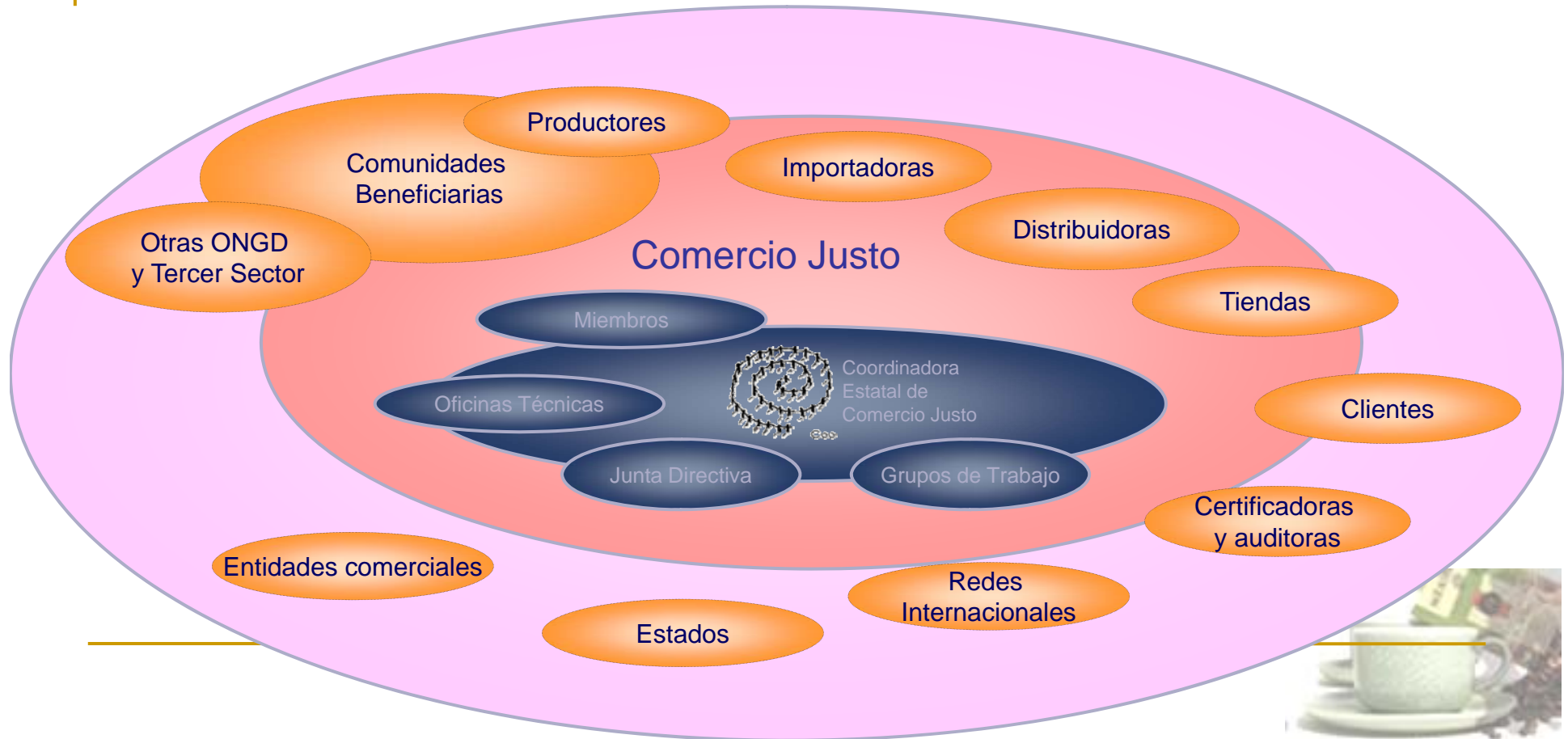
## Aula de solidaridad.

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.



# Una Sistema en Red





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

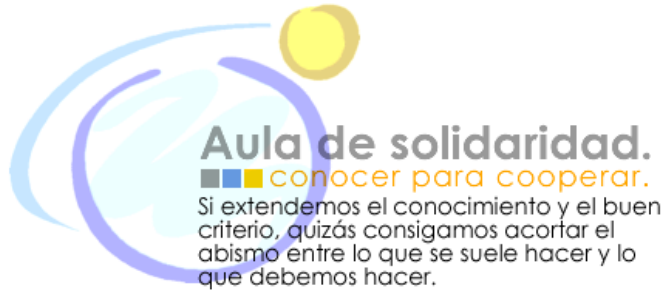
Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Comercio con Justicia IO

## Entre los principales objetivos políticos de Oxfam se encuentran los siguientes:

- Mejorar el **acceso a los mercados** de los países pobres, y acabar el ciclo de los subsidios a los excedentes agrarios y el dumping en la exportación por parte de los países ricos.
- Poner fin al uso de **condiciones en los programas del FMI y el Banco Mundial** para forzar a los países pobres a abrir sus mercados.
- Crear una nueva institución internacional encargada de **estabilizar los precios de las materias primas** en niveles compatibles con unas condiciones de vida razonables para los productores, y cambiar las **prácticas empresariales** de manera que las compañías paguen **precios justos**.
- Establecer nuevas normas sobre **propiedad intelectual** que garanticen que los países pobres puedan acceder a las nuevas tecnologías y a medicamentos esenciales; y que los agricultores puedan conservar, intercambiar y vender semillas.
- Prohibir las normas que obligan a los gobiernos a liberalizar o privatizar **servicios básicos vitales para la reducción de la pobreza**.
- Mejorar la calidad de las **inversiones** y de las **condiciones laborales** del sector privado.
- **Democratizar la OMC** de manera que los países pobres puedan hacer oír su voz.
- **Cambiar las políticas** agrarias, educativas, sanitarias y de buen gobierno en los países en desarrollo, **para que los pobres aprovechen las ventajas del comercio y los mercados**.





# Ropa limpia / Juega limpio – Setem (et. al)

- Campaña internacional a la que se suman distintas organizaciones que trabajan activamente en colaboración con otros miembros de la coalición para mejorar las condiciones laborales en la industria textil y de material deportivo.
- Conseguir que las condiciones de trabajo sean equivalentes a las establecidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Minimizar el impacto de la producción textil sobre el medio ambiente.
- Un alto porcentaje de los trabajadores de la industria textil son mujeres, del sector informal y se utiliza enormemente mano de obra inmigrante.
- i.e. informe “Salvando obstáculos” de “Juega Limpio 2008” sobre la situación laboral de los trabajadores chinos de la industria de artículos deportivos.

[www.ropalimpia.org](http://www.ropalimpia.org)  
[www.juegalimpio2008.blogspot.com](http://www.juegalimpio2008.blogspot.com)

[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)



# No te comas el mundo

## Xarxa consum solidari (et al.)

- “Los países más poderosos son a su vez motor de **importaciones de los monocultivos agroalimentarios** en países periféricos, aunque en muchas ocasiones estas importaciones se realizan para mantener una estructura económica y de consumo sobredimensionada
- Algunos actores de los países más poderosos, mediante la **exportación de modelos agroecológicos**, perpetúan una “dominación” tecnológica sobre los ciudadanos de los países con menos recursos. Esto se hace a través de la implementación de modelos productivos **agrointensivos**, donde los recursos, tecnología y conocimientos son **propiedad** de las grandes corporaciones agroalimentarias y se blinda el libre acceso campesino a la producción agraria y a las producciones agroecológicas.
- Desde los países más poderosos se exporta, con precios inferiores al coste real (dumping), los **excedentes agroalimentarios** a las mismas zonas de la periferia que han ofrecido sus recursos naturales para la implantación de los monocultivos de exportación, y destruyendo mediante este mecanismo la estructura agraria local, incapaz de competir con esos falsos precios de importación.
- Las consecuencias de la aplicación en la periferia de los monocultivos de exportación son importantes impactos sociales y ambientales. El **empobrecimiento rural**, la **migración campesina** a los suburbios urbanos, un aumento de la **vulnerabilidad alimentaria**, la destrucción o **contaminación de los ecosistemas** son algunos de ellos.





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Bio y Justo - IDEAS

## En el ámbito de su campaña "BIO y JUSTO" ideas ejemplifica el impacto negativo del comercio convencional del café

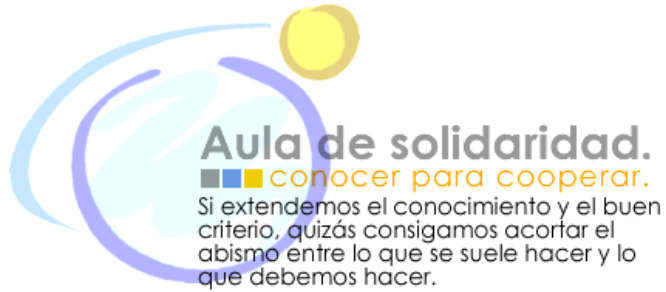
- **Impacto ambiental** de los nuevos cultivos intensivos de café frente a los métodos tradicionales de cultivo: i.e. impacto sobre las aves migratorias de la desaparición de los cultivos de café de sombra, degradación del suelo por los plaguicidas y abonos químicos del cultivo "al sol". Proceso de descafenado industrial...
- **Impacto social:** de los 100 millones de personas que dependen del café, 25 son pequeños agricultores (el 70% del café mundial se cultiva en granjass de menos de 10 hectáreas) que sufren una situación de pobreza endémica debido a la inestabilidad de los precios de esta materia prima, casi siempre inferiores al precio de coste en condiciones dignas de producción.
- Estructura de la **cadena de valor** provoca abusos en las condiciones de producción como:
  - Explotación laboral de la infancia (Costa de Marfil, Guatemala)
  - Salarios y condiciones laborales miserables.
  - Restricciones a la libertad de asociación
  - Discriminación de la mujer.
  - Inseguridad alimentaria.

[www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)

<http://www.ideas.coop/archivos/campanas/revistabiojusto1baja.pdf>

[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)





# Madera Justa – COPADE & FSC (et al.)

- Cada dos segundos se pierde una superficie de bosque natural del tamaño de un campo de fútbol.
- Mientras esto ocurre, cada año los países en desarrollo pierden 100.000 millones de dólares, debido a las restricciones comerciales de los países ricos, es decir, el doble de lo que reciben en concepto de ayuda.
- La MADERA JUSTA es aquella que se produce en bosques gestionados de forma racional, donde se promueve la mejora social y el aumento de la calidad de vida de las poblaciones locales y la conservación de la biodiversidad.
- El objetivo es promover la conservación de los bosques, y ofrecer condiciones de vida dignas a las comunidades locales y artesanos/ as de la madera de los países en vías de desarrollo que han vivido tradicionalmente de los recursos que ofrece el bosque.

[www.maderajusta.org](http://www.maderajusta.org)

[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# La Rebelión de los Productos

## La rebelión de los productos



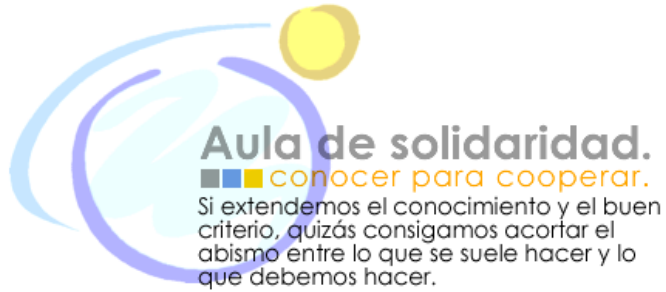
**VOLVER  
A VER**



**DA LA CARA POR EL PLANETA. ELIGE COMERCIO JUSTO**

Campaña de Comercio Justo por la justicia medioambiental y comercial.





# Repercusiones del Comercio Justo

- a) Beneficios económicos y financieros
- b) Capacitación y asistencia técnica
- c) Estabilidad de la fuente de ingresos
- d) Sostenibilidad Medioambiental
- e) Mejora estructura de mercado:

*“Una condición para el comercio justo es la libertad de empresa y la apertura de los mercados, y constata que un sistema multilateral de comercio libre y justo es beneficioso e incluso necesario para el desarrollo de los países pobres”.*





**Aula de solidaridad.**

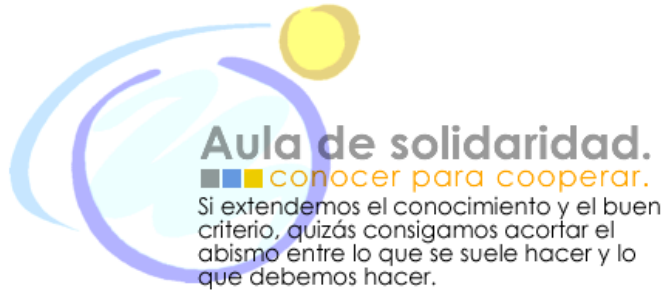
■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Incidencia en España

- Administraciones públicas
- Empresas e instituciones privadas
- Público en general





# Ley 30/2007 de contratos del sector público

## 1º. Exposición de Motivos, título IV apdo 3:

*“acoger pautas de adecuación de los contratos a nuevos requerimientos éticos y sociales, como son los de acomodación de las prestaciones a las exigencias de un «comercio justo» con los países subdesarrollados o en vías de desarrollo como prevé la Resolución del Parlamento Europeo en Comercio Justo y Desarrollo [2005/2245 (INI)],”*





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ conocer para cooperar.

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Ley 30/2007

## Art.102 Condiciones de ejecución del contrato

*“o garantizar el respeto a los derechos laborales básicos a lo largo de la cadena de producción mediante la exigencia del cumplimiento de las Convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.”*





Aula de solidaridad.

■ ■ ■ conocer para cooperar.

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Ley 30/2007

## Disposición adicional sexta

*“Los órganos de contratación podrán señalar en los pliegos de cláusulas administrativas particulares la preferencia en la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de Comercio Justo para las proposiciones presentadas por aquellas entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo,”*





**Aula de solidaridad.**

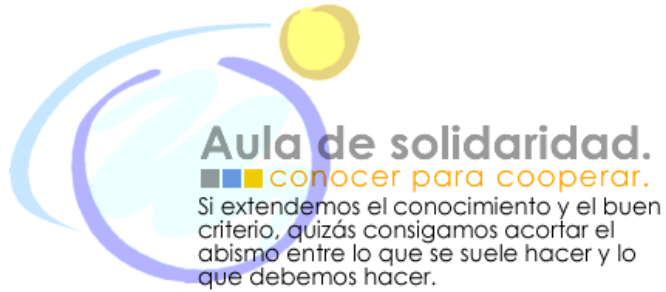
■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# Compras corporativas

- **Productos de alimentación**
  - Cafeterías y restaurantes
  - "Vending"
  - "Catering"
- **Regalos de empresa**
- **Mobiliario y utillaje**
- **Servicios y otros**





# MISIÓN de la Coordinadora

- Apoyamos a las Organizaciones que hacen, promueven y asumen los criterios de Comercio Justo, según los Estatutos de la CECJ y los Criterios Internacionales de IFAT
- Somos el referente de dicho movimiento y representamos el trabajo y la visión común de los miembros.
- Difundimos en la sociedad y en la ciudadanía en general el conocimiento del CJ
- Impulsamos una transformación de la realidad y de las reglas del comercio internacional conforme a principios de CJ, denunciando las estructuras, las políticas y las prácticas injustas e insostenibles.
- Promovemos un consumo ligado a los principios del CJ, de acuerdo con un modelo responsable social, económica y medioambientalmente.





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.



## VISIÓN ¿Hacia dónde vamos?

- Referencia en el Estado sobre el movimiento del comercio justo y la diversidad de organizaciones que lo integran, ante el público, otras organizaciones de economía social y del tercer sector, administraciones públicas, productores, entidades, movimientos sociales y redes nacionales e internacionales.
- Una organización que trabaja con otros movimientos sociales y organizaciones del Sur, en pro de unas relaciones comerciales justas y equitativas, y de un consumo responsable.
- Una organización con un sistema de garantías y de evaluación de impacto eficaz que permita lograr una fuerte confianza en las personas consumidoras hacia el CJ.
- Una organización democrática, coherente y transparente.
- Una organización eficiente y sostenible en el uso de recursos.
- Una organización que evalúa el impacto que tiene el comercio justo, en todas sus dimensiones.





**Aula de solidaridad.**

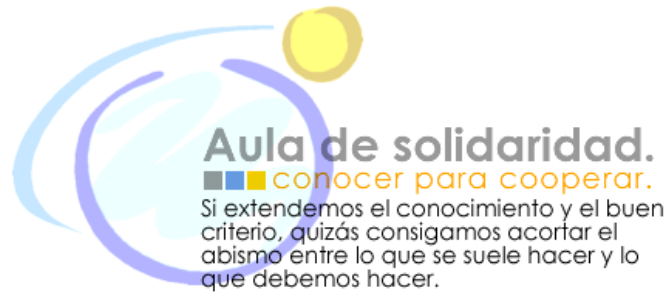
■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.

# ¿Dónde estamos hoy?

1. Crecimiento del volumen de CJ en España con el impacto positivo que esto supone para las comunidades productoras de los países del sur.
2. Constante aumento del número de consumidores, voluntarios y asociados de las organizaciones de CJ.
3. Creciente participación de los miembros en programas de Educación para el Desarrollo y Campañas de sensibilización y de denuncia.
4. Capacidad de interlocución de la CECJ en el ámbito político local, autonómico y estatal.
5. Las organizaciones de Comercio Justo son reconocidas como agentes de Cooperación en el Plan Director de la AECI.
6. El Comercio Justo se incorpora al proyecto de ley de Contratos de las Administraciones Públicas.





# Algunos de nuestros retos

1. Conseguir que el Comercio Justo sea un modelo reconocido mayoritariamente por la sociedad y los consumidores españoles.
2. Conseguir que las administraciones públicas presten más apoyo al comercio alternativo.
3. Impulsar a las empresas privadas a adoptar códigos de conducta que incorporen los criterios de Comercio Justo.
4. Trabajar coordinadamente y con otros agentes del Tercer Sector





**Aula de solidaridad.**

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.



## ¿Qué podemos aprovechar?

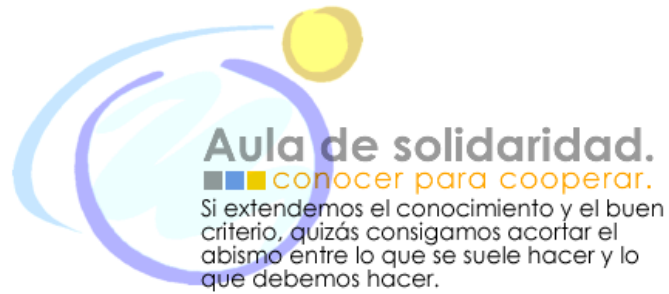
1. Reconocimiento público amplio del CJ como herramienta de cooperación para el desarrollo.
2. Prestigio social de las organizaciones de CJ como actores relevantes.
3. Crecimiento continuo del CJ en términos económicos y sociales, así como en cuanto a la fortaleza del movimiento en España en general y de sus organizaciones en particular.
4. Interés y posibilidad de crear sinergias con los distintos actores sociales, políticos y económicos (administraciones públicas, medios de comunicación, empresas, sindicatos, ONGD, ciudadanía ...)
5. Crecimiento del número de actores integrados en el movimiento de CJ.



# ¿Qué tenemos que temer?

1. Formas fraudulentas o engañosas de CJ.
2. Campañas de boicot al CJ.
3. Confusión en la opinión pública acerca del concepto de CJ y su imagen.
4. Falta de rigor en el cumplimiento de los criterios.





# Objetivos Externos

1. Transformación de la sociedad.
2. Mejora impacto CJ norte-sur.
3. Aumento presencia pública y credibilidad del Comercio Justo.
4. Participación activa en redes nacionales e internacionales.
5. Representatividad del CJ.
6. Desarrollo de relaciones institucionales.





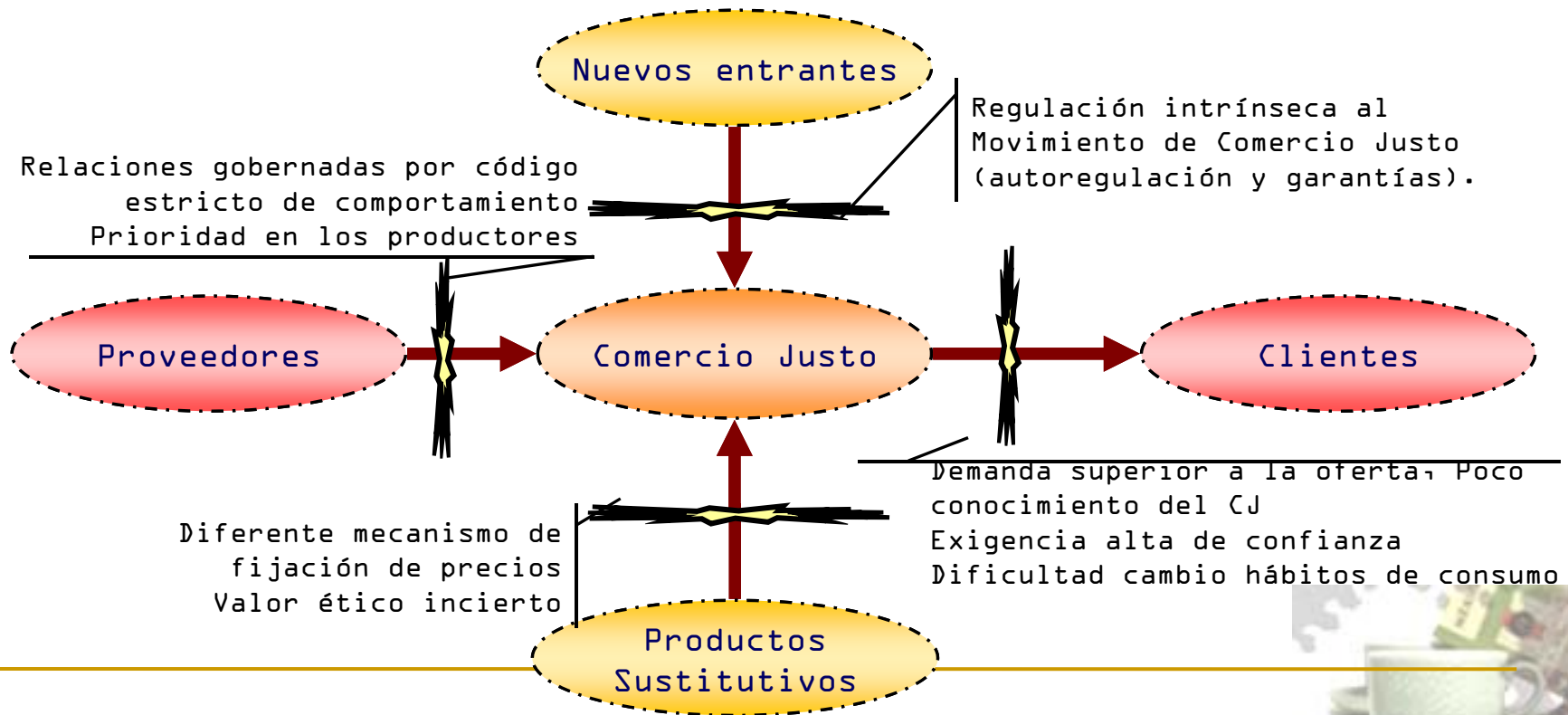
## Aula de solidaridad.

■ ■ ■ **conocer para cooperar.**

Si extendemos el conocimiento y el buen criterio, quizás consigamos acortar el abismo entre lo que se suele hacer y lo que debemos hacer.



# La Red “competitiva”





# Referencias

---

- **El Comercio Justo en Europa - 2005**

<http://fairtrade.net/sites/news/FairTradeinEurope2005.pdf>

- **Coordinadora Estatal de Comercio Justo**

<http://www.comerciojusto.org>

- **La Rebelión de los Productos**

<http://www.larebeliondelosproductos.org/rebelion/>

- **Madera Justa**

<http://www.larebeliondelosproductos.org/rebelion/>



**DA LA CARA POR EL PLANETA. ELIGE COMERCIO JUSTO**

Campaña de Comercio Justo por la justicia medioambiental y comercial.

