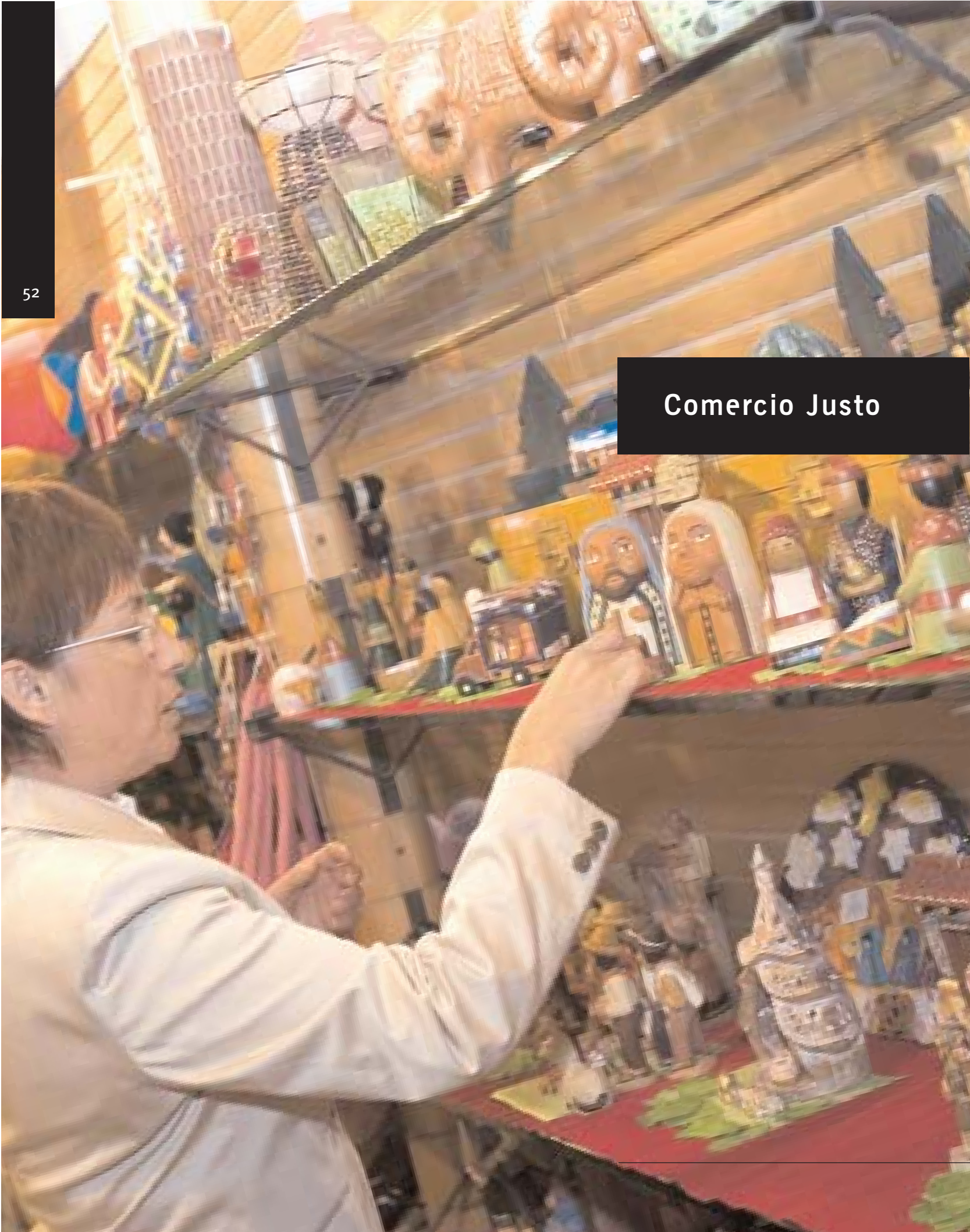


# Comercio Justo



# Una forma de consumo que beneficia a todos

ESPAÑA SE HALLA A LA COLA DE LA UNIÓN EUROPEA EN LA COMPRA DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO, AUNQUE ESTA PRÁCTICA SOLIDARIA GANA ADEPTOS

El Comercio Justo en nuestro país está tan bien visto como poco desarrollado. Según las últimas estadísticas, el gasto medio dedicado a este tipo de productos en España es de 348 euros por cada 1.000 habitantes, una cantidad que se encuentra muy por debajo de la media de la Unión Europea, situada en 2.318 euros por cada mil habitantes. Artesanía, madera tallada, juegos de café, mantelerías, billeteros, pañuelos de seda, bolsos o productos agroalimentarios (café, chocolate, mermelada...) forman parte de una oferta comercial solidaria creciente y una buena alternativa para dar otro sentido al consumismo navideño. Cuentan con una gama muy variada, suelen ser económicos y se pueden comprar en las tiendas, por catálogo, por teléfono y por Internet.

Este tipo de comercio es una forma productiva de erradicar la pobreza de los países del Sur, estableciendo un sistema comercial que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias. Se garantiza además a los consumidores que los productos que compran han sido elaborados en condiciones dignas. Para alcanzar estos objetivos los productos se adquieren directamente a los campesinos y artesanos, eliminando los intermediarios, y se ofrece a los productores una retribución adecuada a sus esfuerzos con un salario justo.

## Una historia reciente

El movimiento de Comercio Justo nació en Europa en los años sesenta, tras la primera Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo-UNCTAD celebrada en Ginebra en el año 1964. Los países pobres reclamaban entonces a los países más ricos la apertura de las fronteras a sus productos agrícolas y alternativas al injusto desequilibrio comercial entre el Norte y el Sur.

En 1969 se inauguraba en Holanda la primera tienda de Comercio Justo en Europa, y en dos años el número de worldshops (tiendas del mundo) ya ascendía a 120. A partir de entonces, los establecimientos de Comercio Justo se extienden por Países Bajos, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En 1986, casi 20 años después de su instauración en Europa, el movimiento del Comercio Justo llega a España, y lo hace a través del País Vasco. En 1996 nace la



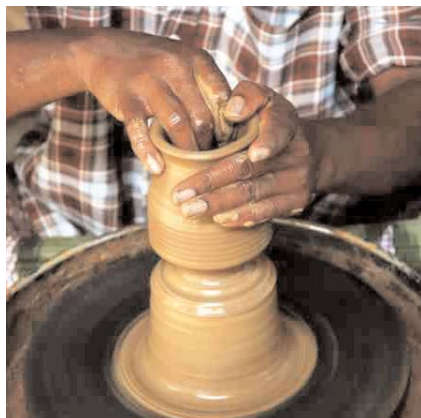
Coordinadora Estatal de Organizaciones de Comercio Justo con la finalidad de potenciar la venta de este tipo de productos. En estos momentos aglutina a 34 organizaciones con más de 60 puntos de venta en todo el territorio nacional. Entre su oferta destacan alimentos de consumo habitual como el café, el té, el chocolate o el azúcar, y otras especialidades como la miel, mermeladas tropicales, especias, galletas, frutos secos o licores.

### Las cifras del Comercio Justo

Datos recientes de la Organización Internacional del Sello de Comercio Justo (FLO) revelan que las ventas globales de productos de Comercio Justo ascendieron a 1.100 millones de euros en 2005, lo que representa un aumento del 37% respecto a los datos de 2004. En nuestro país, el Comercio Justo ha crecido un 16,9% anual en los últimos cinco años, según se desvela en el anuario



**EL COMERCIO JUSTO HA CRECIDO EN NUESTRO PAÍS UN 17% ANUAL EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS**



## QUIÉN ES QUIÉN en el Comercio Justo

**Productores.** Pueden ser familias, pequeñas cooperativas, grupos de mujeres, talleres para minusválidos o cooperativas, y empresas de mayor tamaño que engloban a pequeños grupos productores. En su mayoría son grupos de población de las zonas más empobrecidas de América latina, África y Asia, aunque cada vez es más frecuente encontrar también algunos productos elaborados por grupos de población desfavorecidos del norte.

**Importadoras.** Pagan un precio establecido de común acuerdo que permite a los productores vivir en condiciones dignas y acceder a nuevas oportunidades de educación y desarrollo económico y social. Las importadoras también pueden apoyar a los productores de otras formas: financiando por adelantado la producción, asesorándoles en la mejora de los productos o con apoyo técnico y de gestión, entre otras. Avalan la procedencia de los artículos y participan en campañas de sensibilización dirigidas a reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales.

**Tiendas.** Además de ser los puntos de venta, realizan labores de divulgación y sensibilización sobre los principios del Comercio Justo, con especial atención a los beneficios de este comercio para los productores.

**Clientes.** Son el eslabón final que hace posible el Comercio Justo. Con el consumo responsable, no sólo ayudan a mejorar las condiciones de vida de las comunidades productoras, respetando el medio ambiente, sino que también presionan para cambiar las condiciones injustas de intercambio en el mercado.

**Organizaciones internacionales y Tercer Sector.** Su objetivo es garantizar el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo y promover el desarrollo realizando auditorías a los actores del ciclo comercial.

## LOS PRINCIPIOS del Comercio Justo

- **Salarios y condiciones laborales dignas.** Los sueldos que reciben los trabajadores del Sur les condenan a ser esclavos de la pobreza.
- **No a la explotación infantil.** Los niños y niñas trabajan como adultos en muchos países del Sur. Los jornaleros son ayudados por sus hijos e hijas para así aumentar los ingresos. Sin una escuela que les facilite un mejor futuro, trabajan demasiadas horas y viven en condiciones insalubres y expuestos a enfermedades. Además, cobran menos por su trabajo y sufren trastornos que les afectan física y psicológicamente.
- **Igualdad entre mujeres y hombres.** Es habitual que la mujer cobre un salario inferior por realizar el mismo trabajo que un hombre. El 70% de las personas que viven en la pobreza absoluta son mujeres y hay un abismo entre la retribución que las mujeres reciben y el papel que desempeñan en la sociedad.
- **Derechos laborales.** En muchos países de Sudamérica y África, los capataces van armados; los temporeros se hacen en alojamientos precarios; no hay ninguna cobertura sanitaria para prevenir enfermedades o accidentes; las leyes no permiten la asociación o sindicación y, si la permiten, los sindicatos se encargan de perseguir a los activistas.
- **Relación comercial a largo plazo.** Se les garantiza continuidad.
- **Prefinanciación.** Pago de una parte del producto por adelantado (hasta un 60%).
- **Previsión.** Los productores/as destinan parte de los beneficios al desarrollo integral de su comunidad.
- **Respeto por el medio ambiente.** La sobreexplotación de recursos naturales compromete el desarrollo de los países del Sur. En los últimos años se ha intensificado el uso de pesticidas y fertilizantes en las plantaciones. Se estima que en los países del Tercer Mundo se utilizan sin control unas 400.000 toneladas anuales de pesticidas, muchos de ellos prohibidos en los países del Norte. Aunque a corto plazo eliminan las plagas, estos productos afectan a la piel y a las vías respiratorias, y provocan la degradación de los suelos y la contaminación del medio ambiente, con la consiguiente recesión de los cultivos. Una producción de café sin productos químicos supondría un ahorro de entre 10.000 y 20.000 pesetas por año y hectárea, aunque la productividad de las tierras sería menor.

“El Comercio Justo en España 2006”, de la Federación Setem. Se constata que el 80% de las ventas de Comercio Justo de España se reparten entre cuatro comunidades: Cataluña (35’5%), Madrid (20’3%), Galicia (15’5%) y Andalucía (9’3%). A pesar de los avances, los españoles sólo nos gastamos en Comercio Justo 348 euros por cada 1.000 habitantes, la cifra más baja de la Unión Europea –donde se concentra del 60 al 70% de las ventas mundiales- a excepción de Portugal (36 euros). Las diferencias con nuestros vecinos europeos también son notorias en el número de tiendas que ofrecen estos productos y que en España son 80, frente a las más de 400 de Holanda.

## Presente, pasado y futuro

Entre los años 2000 y 2003, los productos de Comercio Justo que se consumían en España procedían básicamente de 34 países, distribuidos a lo largo de los continentes africano y asiático, así como de las regiones del Sur y Centro de América. Durante el bienio 2004-2005, el circuito de importación se ha transformado, especialmente a través de nuevas incorporaciones que han permitido que el número de países desde los que se importa algún producto de Comercio Justo aumente hasta un total de 42.

Por lo que respecta a nuestras preferencias, la artesanía de Comercio Justo generó en España ventas por 3,9 millones de euros en 2000, frente a los 2,5 de la alimentación, según el informe de Setem. Sin embargo, en un lustro, se han invertido las cifras y en 2005 la alimentación aportó 9,3 millones de euros, el doble de la artesanía. Es evidente que los alimentos, con un 62% de las ventas, son los auténticos protagonistas del Comercio Justo. Respecto al futuro, los responsables de Comercio Justo prevén el lanzamiento de zumos de fruta, arroz con setas liofilizadas o cereales poco conocidos en nuestro país, como la quinoa, una bomba de proteínas procedente de Bolivia que actualmente se utiliza para evitar la pérdida del cabello.

## Comercio, no ayuda

La mayor parte de los productores venden tan sólo una pequeña parte de su producción al Comercio Justo. El resto se distribuye en el mercado tradicional. Sin embargo, el simple hecho de que una parte, aunque pequeña de la producción, se pague a un precio más alto tiene frecuentemente un efecto dominó en el resto de la producción. La parte comprada a buen precio por las organizaciones de Comercio Justo reduce el volumen de productos disponibles y obliga a los intermediarios a ofrecer precios más altos para obtener las cantidades que quieren. No obstante, para muchos productores, el aspecto más importante del Comercio Justo no es el precio justo, sino la prefinanciación que le aseguran las organizaciones de Comercio Justo. Esta ventaja es crucial para los pequeños productores porque así pueden comprar los materiales necesarios para la producción y sobrevivir hasta la cosecha sin tener que acudir a un usurero y caer en el círculo vicioso del endeudamiento. ◀



## COMERCIO JUSTO con sello

Dado el bajo volumen de ventas de productos solidarios en nuestro país, hace dos años la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) impulsó la creación de la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo, cuyo objetivo era tener la posibilidad de vender los productos tanto en los supermercados como en las Tiendas del Mundo, posibilitando la distinción de los productos de Comercio Justo de los productos convencionales a través de su característico Sello de Comercio Justo. De esta forma se aseguraba también al consumidor el cumplimiento de los criterios que contempla el Comercio Justo establecidos internacionalmente, como son: condiciones de trabajo y salario dignos, igualdad de condiciones laborales entre hombres y mujeres, ausencia de explotación infantil, respeto por el medio ambiente, relaciones comerciales a largo plazo, pago de una parte de la producción por adelantado y productos de calidad.

La Asociación se une al trabajo que otras entidades similares reunidas en la Federación Internacional, cuya sigla en inglés es FLO, desarrollan actualmente en otros 19 países de América del Norte, Europa, Australia-Nueva Zelanda y Japón. Según este organismo, en estos 19 países (sin contar España) en los que está presente el Sello Fairtrade, más de 100.000 hoteles, restaurantes y establecimientos ofrecen estos productos. En 2004 este tipo de comercio facturó casi 1.000 millones de euros, experimentando un crecimiento del 43% con respecto a 2003.

Sin embargo, el debate surgido hace dos años entre las organizaciones miembros de la Coordinadora sobre la aprobación del llamado Sello FLO rompió el consenso en el seno de la Coordinadora y derivó, en febrero de este 2006, en la creación del Espacio por un Comercio Justo, otra plataforma que aglutina una treintena de tiendas, importadores y ONG del sector.