

Campaña **BIO & JUSTO**

Ten criterios:
BIO & JUSTO

BOLETIN 2
otoño 2007

impreso en papel reciclado

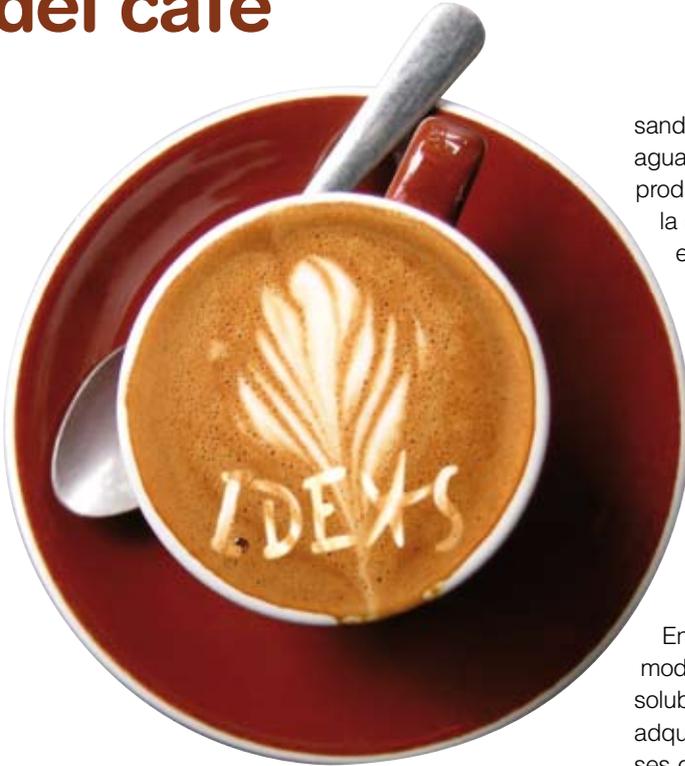
“La mayor causa del deterioro continuo del medio ambiente global es el insostenible modelo de producción y consumo de los países industrializados y la degradación ambiental asociada a la pobreza de los países en desarrollo.”

Resolución de la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas de 1989

**El Comercio Justo,
justo también con el medio ambiente...**

Nuestra responsabilidad es con las personas y con el medio ambiente

Impactos negativos del comercio convencional del café



sando la degradación de los suelos y la contaminación del agua. La agricultura ecológica ofrece una alternativa de producción menos dependiente de insumos externos, en la que el transporte internacional se realiza sólo para la exportación de café, y no para la importación de insumos químicos necesarios para su cultivo, por lo que es más beneficioso para el medio ambiente y la salud de la población.

En algunos casos se usa cloruro de metileno como disolvente¹ durante el proceso de transformación del café descafeinado; sustancia que es nociva para el medio ambiente.

Transgénicos

En 2006 Nestlé obtuvo en Europa una patente de café modificado genéticamente que, supuestamente, mejora la solubilidad del café en polvo², en contra del compromiso adquirido por esta corporación en muchas regiones y países del mundo sobre la no utilización de alimentos genéticamente modificados.

Las variedades modificadas genéticamente podrían contaminar el café convencional y, peor aún, también el café ecológico del que México es el primer productor en el mundo, con lo que se afectaría gravemente la fuente de ingresos de más de 480 mil familias cafetaleras en México y de cerca de 500 organizaciones campesinas e indígenas que dependen de esta producción.

Impacto ambiental



La industria del café convencional produce efectos negativos para el medio ambiente en todas las fases de la cadena: desde la producción, transporte y transformación hasta el consumo.

El café es uno de los pocos productos básicos comercializados a escala internacional que se sigue produciendo básicamente en minifundios cultivados por campesinos y no en grandes plantaciones. EL 70 % del café mundial se cultiva en granjas de menos de 10 hectáreas.

Biólogos en México han comprobado que plantaciones tradicionales de café a la sombra acogen hasta 180 especies de aves migratorias, un número que sólo es sobrepasado en las selvas tropicales vírgenes. El cultivo mixto de café también proporciona frutas, madera (leña) y otros productos para el consumo o la venta directa, que añaden ingresos para los pequeños productores. Sin embargo desde los 70, el 40% del café plantado en América Latina ha sido cultivado "al sol", en monocultivo y con empleo de aplicaciones intensivas de plaguicidas y abonos químicos, cau-

Impacto social



Unos 100 millones de personas viven de la industria del café en el mundo, 25 millones de ellas son pequeños agricultores, que sufren una situación humanitaria de emergencia debido a la caída e inestabilidad de los precios de esta materia prima. Hace unos años el café suponía para las familias de los productores, un alto nivel de prosperidad, altos índices de escolarización y unos niveles de nutrición superiores a la media.

¹ Información de la compañía Sara Lee, <http://www.douwe-egberts.com>

² Denunciado por la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOOC), la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo y Greenpeace en abril de 2006.





Hoy los cultivadores de café están vendiendo sus granos a un precio muy inferior a su coste de producción (que se ha estimado entre 60-90 centavos de dólar/libra de café, según el origen), lo que está dejando a sus productores en la extrema pobreza.

La estructura de la cadena productiva del café durante la crisis de los últimos años y el pago de precios por debajo de los costes de producción a productoras y productores llevan aparejadas violaciones sistemáticas de los Derechos Humanos:

- **Explotación laboral de la infancia** (por ejemplo: en Costa de Marfil o Guatemala)³. Se estima que los menores representan entre un 7% y un 12% de la mano de obra en las plantaciones dedicadas a la exportación⁴. La mayoría de ellos trabajan en la cosecha en temporada alta. En muchos casos se dan las llamadas “peores formas de explotación laboral infantil”.
- **Salarios y condiciones de trabajo inaceptables**, por debajo del salario mínimo, ni siquiera llegan a cubrir las necesidades básicas de los trabajadores/as. La situación es especialmente grave en el caso de los trabajadores temporales.
- **Restricciones de la libertad de asociación** (“listas negras” en Guatemala de personas que están involucradas en actividades sindicales).

• **Casos de discriminación** de la mujer

Se paga menos a las mujeres que a los hombres por el mismo trabajo y muchas veces realizan los trabajos más peligrosos, como la aplicación de fertilizantes. Otro problema es que en muchos casos no se paga directamente a las mujeres sino a sus familiares masculinos directamente. La diferencia de salario puede ser del 30% al 50% .⁵

Soberanía Alimentaria

Hasta hace unos meses fue conocida y divulgada por los medios una disputa entre la transnacional Starbucks y el gobierno de Etiopía, al disponerse éste a registrar como denominación de origen tres de sus variedades regionales de café de alta calidad: *Sidamo*, *Harar* y *Yirgachette*, que la compañía estadounidense comercializa en sus establecimientos por todo el mundo. Con esto, el Gobierno etíope consigue un mayor control sobre la distribución y promoción de su exportación más valiosa, permitiendo al millón de agricultores que viven del café acceder a una mayor parte de los beneficios que generan sus productos. Según el Gobierno, la industria del café de Etiopía, podría ganar alrededor de unos 64 millones de euros extra cada año.

Pero esta iniciativa movió a los ejecutivos de la transnacional a presionar a la Asociación Nacional del Café de Estados Unidos para impedir que la Oficina de Patentes y Marcas (USPTO) estadounidense concediera la patente. Por fin, en mayo de este año, ambas partes llegaron a un acuerdo, con la presión de organizaciones de Comercio Justo que movilizaron a gran parte de la sociedad.

3 Quiroa, E; y González, J.D, (2003): Mujeres y niños: Las vidas precarias detrás de los granos de café.

Coverco (Comisión de Verificación de los Códigos de Conducta). Marzo, 2003. Guatemala.

Disponible en internet en: <http://www.coverco.org/esp/media/Mujeres-y-ninos-las-vid.pdf>.

4 Tea and Coffee Trade Journal, The plight of coffee's children. 20/01/02

5 Op. Cit p76





La producción ecológica o **bio** está regulada en la Unión Europea a nivel comunitario. Un Reglamento, el 2092/91, vino a establecer y ordenar, en el año 1991, lo que todo un movimiento venía trabajando desde hacía varias décadas.

Con esta regulación se dio un paso enorme, al establecer los criterios necesarios para proteger la Agricultura Ecológica de posibles oportunismos y fraudes (aún así, la cuestión de los *falsos bio* ha traído cola en nuestro país hasta este mismo año de la mano de conocidas empresas transnacionales). Con esta legislación europea se reguló un modo de producción donde el uso de sustancias agrotóxicas (insecticidas, herbicidas,...) y artificiales (sintetizadas industrialmente) quedaban prohibidas en su mayoría, y eran sustituidas por otras sustancias naturales, mucho menos agresivas en su origen con el medio ambiente, al no ser sintetizadas industrialmente a través de compuestos y procesos contaminantes, y en su utilización, al no ser tóxicas para el entorno ni para las personas.

Como toda regulación pública, supuso la concreción en un documento con capacidad normativa, de unos mínimos consensuados en torno a la Agricultura Ecológica en ese momento. Así, fue un paso decisivo, sin duda, pero no un paso final. Muy al contrario, esto fue el comienzo para gran parte del movimiento de la Agricultura Ecológica, a partir del cual lucharíamos para ver reconocidos otros criterios, no incorporados en este momento.

En esta lucha por avanzar en el reconocimiento de una Agricultura Ecológica más integral y alternativa, se han ido dando pasos interesantes.

OTROS & ESTOS BIOS



Uno de los últimos lo encontramos en marzo de 2007, cuando la *Soil Association*, una de las principales organizaciones privadas de promoción y certificación de productos ecológicos en el Reino Unido, propuso la idea de no conceder su etiquetado ecológico a aquellos productos que hubieran llegado a la isla en avión. La justificación de tal propuesta está en las emisiones de CO₂ que genera el transporte por vía aérea. Es la primera vez que una organización de esta importancia en Europa plantea cuestionar determinadas prácticas, en este caso en la distribución de alimentos, debido a su impacto en el medio ambiente.

Otros movimientos, como el de la **agricultura**

biodinámica, que cuentan con cuadernos de normas e incluso entidades de certificación propias (*Demeter*), van más allá en sus principios. Incluyen criterios, por ejemplo, relacionados con el origen de los productos que se utilizan para la alimentación animal. No solamente garantizan su modo de producción (ecológica), sino también que más del 50% del que se utilice provenga de la propia finca. Es un modo de garantizar el principio de que un agroecosistema debe procurar cerrar ciclos de materia, nutrientes y energía, para evitar contaminaciones al exterior y un consumo excesivo de insumos externos, o lo que es lo mismo, si quiere realmente encontrarse en equilibrio y ser sustentable, combinar producción agrícola con ganadera es la única forma.

Como movimiento filosófico y práctico de un modo de entender la Agricultura Ecológica, desde una visión mucho más integral y globalizadora, encontramos lo que se llama; **la Agroecología**, que surge como enfoque científico dentro de la Agronomía en la década de los 80.

La visión Agroecológica de la Agricultura concibe el agroecosistema como un sistema integrado en un contexto, donde tienen la misma importancia tanto las cuestiones técnico-productivas, como las condiciones socioeconómicas y políticas sobre las que se sustenta. Así pues, para considerar un producto como ecológico, la Agroecología considera que hay otros elementos que requieren ser tenidos en cuenta, más allá de lo contemplado en la legislación:

- **De carácter técnico:** la cuestión de la biodiversidad, fomentando los policultivos y las rotaciones frente a los monocultivos; el tema del suelo, y todo lo relacionado con el mantenimiento de su estructura y su fertilidad.
- **Pero también de carácter socioeconómico:** las condiciones laborales de las personas que trabajan en las producciones ecológicas, los salarios o los precios que perciben por su trabajo.



Comercio Justo
Economía Solidaria
Consumo Responsable

- **Y político:** sobre los medios de producción que se utilizan, si bien permiten cierta autonomía de los productores o si los hacen dependientes de mercados que no controlan y, de empresas multinacionales (un caso claro en esto es el de las semillas); si existe dependencia de mercados deslocalizados y fuera de su control, o bien fomentan el trabajo en mercados de proximidad donde tienen capacidad de decisión y maniobra.

La incorporación de cuestiones socioeconómicas en la concepción de la Agricultura Ecológica es fundamental, no sólo para el propio movimiento, sino también para poder establecer puentes con otros

movimientos, como los que trabajan el Comercio Justo, que luchan por garantizar, desde las décadas de los 60-70, unas condiciones de vida dignas para grupos de pequeños productores de países empobrecidos, a través de canales comerciales alternativos. Unos movimientos que, además, han procurado que los modos de manejo y la gestión de los grupos productores con los que trabajan, fueran respetuosos con el entorno.

- Sólo de esta forma, con una visión integral de lo que es el medio rural, y las repercusiones que su defensa y potenciación o su marginación pueden acarrear al resto de la sociedad, podremos entender la importancia de empezar a fomentar, a través de nuestros actos de compra cotidianos, procesos productivos que garanticen tanto la salud de nuestro entorno y de las personas (bio), como la equidad y la justicia en los contextos en los que se desarrollan (justo).
- Para aunar realmente ambas luchas habrá que plantear y responder a numerosas dudas y desafíos, por otro lado habituales en la construcción de alternativas en la actualidad. La Agricultura Ecológica deberá tender a incorporar estos criterios socioeconómicos, de los cuales está muy lejos en el Reglamento actual y la revisión que del mismo se ha estado llevando a cabo este mismo año, y que entrará en vigor en enero de 2009; y el Comercio Justo deberá fomentar con más intensidad modos de manejo sustentables y saludables.
- En ambos casos, las cuestiones políticas del medio rural están por trabajar. Las estructuras de tenencia y distribución de la tierra, el nivel de autonomía en la toma de decisiones y del control de la tecnología aplicada, el grado de soberanía y seguridad alimentarias frente a la producción destinada a la exportación; en definitiva, el grado de empoderamiento y dignificación de los procesos en el medio rural, que fomentamos hasta la fecha, están considerados como la cara oscura de una muy mal entendida modernización.

Mamen Cuéllar Padilla
Investigadora en el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos,
de la Universidad de Córdoba, en temas relacionados con
la Agroecología, el Comercio Justo y Sistemas de Garantía Participativos
Contacto: ma2cupam@uco.es



ENTREVISTA

UCIRI: la organización

La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo está inscrita en el Registro Agrario de México desde 1983. Constituida por 55 organizaciones de campesinos de varias comunidades del estado de Oaxaca, agrupa a indígenas Zapotecos de la Sierra, Mixes, Mixtecos, Chontales y Chatinos de la Costa de Oaxaca. Son cafecultores, pero también siembran maíz, frijol, un poco de chile, verduras y árboles frutales que utilizan para su alimentación

Tienen como principios el ser socios activos y participativos, honestos en sus cuentas y trabajos, luchar por el bien de todos y de sus comunidades, y mantener su orgullo como habitantes ancestrales de la región, tomar más conciencia de su situación y mantenerse informados.



Puede ser socia de esta organización toda 'aquella persona que quiera luchar para mejorar sus condiciones de vida y ser un poco más libre en su caminar.'

En la estructura de esta organización, 'los asesores y el Consejo de servidores toman el papel de jardinero que recoge la fruta madura de las reflexiones, aportes y comentarios de los socios. La procesa y la regresa como abono orgánico del árbol. Son también los que deben de estar pendientes de que no se abonen con otros intereses contrarios a la mística con los que hasta ahora ha sido abonado.'

Un duro camino...

'Siempre habíamos tenido problemas en la venta de nuestro café. Antes no teníamos brechas¹ y lo vendíamos a marchantes y acaparadores que vinieron con sus bestias



a la montaña y nos lo pagaban barato. Como no había más compradores, ni teníamos medios para llevarlo a la ciudad de Ixtepec, se lo teníamos que vender a ellos.'

Vendieron también madera a compañías explotadoras que hicieron caminos para su distribución, hasta que en 1977 las 'echaron' porque pagaban muy bajo el precio de la madera. Estos caminos los aprovecharon más adelante otros compradores de café y después el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), que abrió centros de recepción en la región, lo que mejoró un poco el precio.

'Nos daban anticipos para las labores de cultivo, en forma de habilitación en fertilizantes o dinero, pero muchas veces los encargados de los centros de recepción nos descontaban dizque² porque iba húmedo o manchado... Nos dijeron también que era mejor trabajar con el banco y conseguimos créditos. Pero muchas veces no nos alcanzó el dinero del café para pagar nuestras deudas con el banco... porque ellos cobraron intereses altos, no nos hacían válidos los seguros que

1 Caminos

2 Al parecer





nos hacían comprar y algunas veces los técnicos y encargados nos engañaron y teníamos que pagar más de lo que debíamos.'

'En el ciclo 82/83 enviamos bastante café pergamino seco y oro a la planta de ARIC-nacional... en la ciudad de México. Nos pagaron mejor que en el Instituto, aunque teníamos que esperar mucho para los pagos... ARIC tenía que vender nuestro café primero para después poder pagarnos.'

En todo este proceso aprendieron a pesar y catar el café, hacer recibos, conseguir costales, contratar carros para bajar el café a Ixtepec y desde ahí conseguir trailers...

'Entre tanto vimos la necesidad de organizarnos más y mejor..., no queremos dejarnos dividir como pueblo, así, poco a poco, nos entenderemos mejor y nos uniremos más.'

El siguiente paso fue la lucha para conseguir el permiso de exportación. Actualmente venden sus productos a importadoras de Comercio Justo, a precios acordados con ellas y sin intermediarios innecesarios.

'Hemos logrado una demanda y valoración de nuestro producto que es diferenciado por el consumidor y vendido a un nivel de precios razonables. Esto ha sido un estímulo para fomentar la agricultura ecológica.'



La producción ecológica

'En UCIRI queremos recuperar las formas de relación con nuestro ambiente, como lo hicieron nuestros antepasados, y adaptar formas adecuadas a nuestras circunstancias, que ayuden eficazmente a nuestra tierra para que siga siendo fuente de vida. Desde hace 19 años nos dimos cuenta que en los últimos tiempos hemos estado olvidando toda esta sabiduría.'

Para mejorar el suelo y las plantas están implementando prácticas que respetan el medio ambiente: aplicación de abono orgánico (compost), renovación de cafetos (plantar plantas nuevas haciendo una buena regulación de sombra, eliminando las plantas viejas cuando las nuevas ya están de-



"El desafío de la producción campesina se resolverá cuando los gobiernos tomen conciencia de que el campesino es el sujeto del desarrollo y no un instrumento del mismo."

sarrolladas), utilización de barreras vivas (que detienen la tierra y el abono), construcción de terrazas, aplicación de cal o ceniza, regulación de sombras, siembra de leguminosas, etc.

'No vamos a regalar nuestro café a acaparadores, sino vamos a vender al exterior directamente o a cooperativas en la región. No queremos depender totalmente del café... no vamos a plantar más café sino mejorar los cafetales que tenemos y sembraremos más maíz, frijol, verduras y frutales...'

Desde 1988 fueron certificados por Naturland y desde 1993 por IMO-CONTROL Suiza para la certificación oficial de la Unión Europea (bajo el reglamento UE 2092/91)... *'además de llevar un minucioso control apoyados por las inspecciones anuales que realizan las certificadoras, realizamos un control interno apoyados con los inspectores internos y cada uno de los socios, para así mantener siempre el mercado y cuidar nuestros recursos naturales'*

Ahora es la certificadora mexicana CERTIMEX quien les certifica, con sede en Oaxaca, recientemente acreditada por ISO 65 para otorgar sellos de diferentes categorías y en base a diferentes legislaciones o criterios de movimientos sociales como el de Comercio Justo de México. Además, UCIRI es miembro de IFOAM. La organización cuenta con un Centro de educación campesina, que se creó en 1985 con el objetivo de acompañar a jóvenes campesinos en el conocimiento y aplicación de métodos y técnicas para conservar y mejorar la vida en la montaña, partiendo de la reflexión crítica de la realidad. Se trata de un internado para unos 25 alumnos que siguen los cursos durante 12 meses y después hacen sus servicios en las comunidades.

En este Centro se preparan campesinos de las propias comunidades (quienes darán seguimiento al proyecto ecológico), y a los inspectores internos para el café sostenible que UCIRI está produciendo.





almocafre

COOPERATIVA DE CONSUMO ECOLÓGICO



almocafre

fue galardonada en junio de este año con el **Premio Nacional Biodiversidad 2007**, a la mejor asociación de consumidores especializada en la comercialización de productos ecológicos.

Más que una tienda de productos ecológicos ...

AlmocaFRE nace como una asociación que hoy en día ya se ha convertido en una de las cooperativas ecológicas más importantes de Córdoba y España, insertada en el tejido asociativo de la ciudad y en los diferentes movimientos locales, regionales y globales. **AlmocaFRE** participa en distintas plataformas y coordinadoras (Córdoba Solidaria, FACPE - Federación Andaluza de Organizaciones de Consumidores y Productores Ecológicos, Red Andaluza de Consumo Responsable). Está formada por un colectivo de consumidores/as y productores/as preocupados/as por crear un nuevo modelo económico que no se base en beneficios lucrativos, si no, en hábitos de consumo responsable con el medio ambiente y con el entorno social.

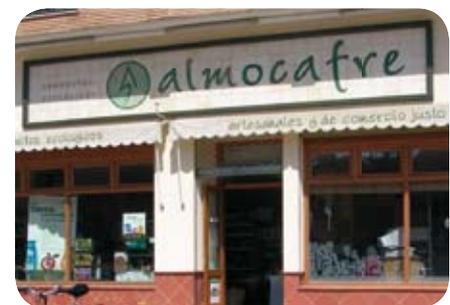
Una de sus principales características es la promoción de las variedades locales en beneficio de la cultura tradicional y de la biodiversidad (favorece el consumo de productos frescos de temporada), cultivando



un trato directo con los productores (*circuitos cortos de comercialización*), lo que les permite tener en cuenta los costes de producción a la hora de negociar el precio de sus productos, con el fin de asegurar la viabilidad y permanencia de su actividad y la de sus socios, garantizando de esta manera justicia y calidad.

AlmocaFRE, no se limita al simple consumo de productos ecológicos, sino que intenta fomentar esta toma de consciencia a través de actividades como charlas, conferencias, mesas redondas, exposiciones, ferias de muestra, degustaciones y visitas a productores.

Confiamos en que las organizaciones de consumidores de productos ecológicos como AlmocaFRE estamos poco a poco transformando las condiciones de producción, suministro y pago, apostando por una producción sostenible social y ambiental, por un comercio justo y solidario y por la creación de empleos sostenibles en una economía de ámbito local fundamentalmente. Pretendemos contribuir, aunque sea modestamente, a hacer de este mundo un lugar más habitable, más justo y más solidario.



Peter Jancsy

Vocal del Consejo Rector de AlmocaFRE



10

Vínculos

● **1. Procesos de producción saludables como principio en el código de conducta ético del Comercio Justo (CJ)**

El CJ incluye como principio en su código de conducta, la preocupación por las personas y sus condiciones de trabajo. Fomenta unas condiciones productivas saludables, sin perjudicar a los/as productores/as. Las sustancias tóxicas, perjudiciales para la salud de quienes producen o consumen un determinado producto o que ponen en riesgo la salud de nuestro entorno y el planeta, son sustituidas por **productos naturales** e inicuos, y por métodos de trabajo más salubres y dignos.

● **2. El Comercio Justo promueve la agricultura a pequeña escala, de pequeños productores**

El CJ fomenta la estructura cooperativa y la producción agrícola a pequeña escala, combinando los sistemas productivos para comercialización con sus cultivos básicos destinados a la alimentación familiar y comunitaria. La agricultura sostenible orientada a la **soberanía alimentaria** combinada con la producción para la comercialización directa, sustituye a los monocultivos destinados sólo a la exportación, controlados por unos pocos terratenientes o empresas transnacionales.

● **3. El Comercio Justo se opone a la agricultura con transgénicos**

Las semillas transgénicas, y organismos genéticamente modificados, al igual que gran cantidad de productos agroquímicos, son comercializados por unas pocas empresas transnacionales que someten a los/as agricultores/as a un ciclo de completa dependencia. La adquisición de semillas transgénicas tiene inherente la adquisición de sus correspondientes sustancias químicas fitosanitarias, comercializadas por la misma empresa. El coste de todos estos insumos es excesivamente elevado para los pequeños grupos productores del sur, quienes se ven presionados a endeudarse eternamente. Por otro lado, los transgénicos "terminador" no dan semillas fértiles por lo que impide cualquier posibilidad de sostenibilidad productiva.

● **4. El Comercio Justo respeta y fomenta las tradiciones y cultura locales, y la conservación de la biodiversidad natural.**

El CJ fomenta el **aprovechamiento sostenible de los recursos locales** los sistemas productivos tradicionales y la utilización de **semillas y variedades autóctonas**, adaptadas a cada zona y clima, haciéndose innecesaria la utilización de complejos sistemas agroproductivos y el excesivo consumo de agua o insumos en los cultivos. Se conserva, de esta forma, gran diversidad de especies vegetales y animales, al mismo tiempo que costumbres artesanales tradicionales.

● **5. El Comercio Justo fomenta la máxima transformación posible en la zona de producción de materias primas.**

El CJ permite que la máxima cantidad de valor añadido a un producto en base a su **transformación y elaboración final** sea incorporada en el **lugar de origen** de las materias primas, es decir, en los países desfavorecidos del Sur. De esta forma la producción se vuelve también más ecológica, saltándose varias fases intermedias de transformación en otros lugares donde



entre comercio justo y ecológico



existen más facilidades comerciales con el Norte en lo que a limitaciones arancelarias se refiere.

El Comercio Justo se opone a las políticas comerciales del Norte que penalizan la importación de productos elaborados con mayores aranceles que las materias primas sin transformar.

● 6. El Comercio Justo fomenta relaciones comerciales más directas

Las relaciones comerciales sin gran cantidad de intermediarios evitan un gran derroche de combustible y transporte desde el origen de las materias primas hasta el destino final a manos de los/as consumidores/as, fomentando un **comercio más ecológico** en todo el ciclo desde la producción al consumo.

● 7. El Comercio Justo se opone a la apropiación de los recursos naturales por parte de unos pocos

Las grandes empresas transnacionales poseen gran cantidad de recursos de bien público. Grandes transnacionales son dueñas de la mayor parte de los recursos energéticos del mundo, de gran cantidad de manantiales y recursos acuíferos y de los bosques, etc. El suelo, el aire y gran cantidad de recursos vivos y genéticos también están a merced de las decisiones de unas pocas personas que se convierten en poderosas por el enorme control que tienen sobre los recursos del planeta. El CJ defiende un reparto equitativo de los recursos y de la riqueza, que fomenta la preservación de la naturaleza para su disfrute común.

● 8. Las primas de Comercio Justo son destinadas a mejoras sociales y ambientales

Los precios establecidos en canales del Comercio Justo incluyen una prima que es utilizada para fomentar el desarrollo integral y sostenible en las comunidades productoras. Muchas de estas mejoras son de tipo social: salud, educación, infraestructuras que facilitan la comunicación, vivienda, etc. Pero también son utilizadas para llevar a cabo mejoras sustanciales en el ambiente: reforestación, capacitaciones a los/as campesinos/as sobre agricultura ecológica, tratamiento de residuos, etc.

● 9. El Comercio Justo fomenta la educación para el Consumo Responsable

No se concibe un Consumo Responsable sin tener en cuenta el Comercio Justo. El análisis crítico de nuestro consumo desde todos los aspectos (sociales, culturales, ambientales, etc.) es fundamental para desarrollar un modo de vida sostenible.

El Comercio Justo fomenta ese consumo crítico a través de la educación, sensibilización y formación de los/as consumidores/as y de las instituciones y agentes públicos y privados a través de múltiples acciones: campañas, denuncias, movilizaciones, talleres, etc., creando una fuerte conciencia ciudadana que merme el fuerte poder que actualmente tienen las grandes corporaciones transnacionales.

● 10. Los precios en el Comercio Justo responden al valor real de producción.

En el comercio convencional el precio de los productos, por lo general, son establecidos en base a criterios de competitividad y demanda, por lo que en numerosas ocasiones no corresponden al verdadero valor del producto. En el CJ el precio se establece junto con los productores, teniendo en cuenta todos los costes de producción y valorándolos justamente. La producción ecológica es valorada también en su justa medida.



TU PUEDES
HACER POSIBLE

BIO & JUSTO



* SI PERTENECE A UNA ORGANIZACIÓN EMPRESA O INSTITUCIÓN

le interesa Bio y Justo y quiere participar o trabajar con nosotros, puede contactar con IDEAS a través del teléfono (+34) 957 191 279 o del email: accionsocial@ideas.coop

* A TÍTULO INDIVIDUAL

-  **Infórmate sobre el origen y los procesos de obtención y transformación de los productos que consumes. ¿Qué impacto tienen para las demás personas y para el medio ambiente?**
-  **Difunde lo que ya sabes. Distribuye estas revistas, organiza eventos informativos, y participa en campañas de sensibilización y acción para apoyar el Comercio Justo y un Consumo Responsable, por el respeto de nuestro entorno natural, social y cultural.**
-  **Selecciona productos con garantía ambiental y social: que provengan de la producción ecológica y del Comercio Justo.**
-  **Acude a las pequeñas tiendas especializadas.**

Tus hábitos de consumo se convierten en los mejores argumentos...

- Para participar en esta campaña: difundirla, organizar eventos formativos...contacta con accionsocial@ideas.coop

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una **Organización de Comercio Justo** cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de **Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable**, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, **IDEAS** además de importar distribuir y vender productos de Comercio Justo también potencia la capacidad crítica de los ciudadanos/as, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de **Consumo Responsable y Economía Solidaria**. Entre estas acciones cabe destacar a **IDEAS** como la coordinadora estatal de los programas europeos **Compra Pública Ética (CPE)** y **Compra Empresarial Responsable (CER)**, cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo.

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)

902 107 191
www.ideas.coop

CÓRDOBA:
Políg. Dehesa de Cebrián,
C/ El Carpio Parc. 55 | 14420 Villafranca, Córdoba
Tel. (+34) 957 429233 | Fax: (+34) 957 429845

MADRID:
C/ Del Labrador, 20; 28005 Madrid
Tel. (+34) 914 061 296 | Fax: (+34) 914 071 038

colaboran:



patrocinan:

