

CJ

CADERNO DE COMERCIO XUSTO

Número 6 | Maio 2016



COMERCIO
XUSTO:
UN
MOVIMIENTO
EN AUXE

**#SON
COMERCIO
XUSTO
E TI?**



COORDINADORA ESTATAL DE
COMERCIO JUSTO

Edición: Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (www.comerciojusto.org)

Redacción: Punto y Coma (www.puntoycoma.org) e Coordinadora Estatal de Comercio Xusto

Tradución: Mondo Agit

Fotografías: Arquivo Coordinadora Estatal de Comercio Xusto; Asemblea de Cooperación pola Paz; Fair Trade Advocacy Office; Fairtrade International; IDEAS; International Labour Organization [Crozet M]; José Luis Casuso; La-tenda de tot el Món; Organización Mundial de Comercio Xusto (WFTO).

Maquetación: Masgráfica
Madrid, maio de 2016

Esta obra está baixo unha Licenza Creative Commons Recoñecemento-NonComercial-CompartirIgual 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0). Para ver unha copia desta licenza, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Este caderno e a campaña na que se enmarca forman parte dun proxecto financiado pola Axencia Española de Cooperación Internacional para o Desenvolvemento (AECID). O contido da dita publicación é responsabilidade exclusiva dos seus autores e autoras e non reflicte necesariamente a opinión da AECID.



ÍNDICE

	PRESENTACIÓN	5
1	O COMERCIO XUSTO NA ESFERA INTERNACIONAL	6
	Criterios do comercio xusto	8
	Breve historia	10
2	MOITO MÁIS CA COMERCIO	14
	Comercialización	14
	Organizacións produtoras	14
	Importadoras	20
	Tendas	21
	Persoas consumidoras	25
	Selos de garantía	27
	Mobilización social	29
	Incidencia	30
3	COMO NOS ORGANIZAMOS	32
4	SÚMATE AO COMERCIO XUSTO!	35



PRESENTACIÓN

O Comercio Xusto empeza a ser un movemento *maduro*. Naceu internacionalmente nos anos 50 para combater a desigualdade e a pobreza e contribuír ao desenvolvemento a través de prácticas comerciais xustas. Pouco máis de medio século despois conforma unha rede consolidada en todo o mundo, con máis de 2000 organizacións produtoras, 500 distribuidoras e 4000 tendas especializadas, ademais de entidades de certificación e institucións internacionais reguladoras.

Dentro da rede internacional de Comercio Xusto existen máis de 2000 organizacións produtoras repartidas en 75 países de África, Asia, América Latina e O Caribe, nas que traballan máis de 2 millóns de persoas. Delas, tres de cada catro organizacións dedícanse á produción de alimentación e de materias primas como o algodón. África, cun millón de persoas traballando en Comercio Xusto, sería o continente máis representado, segundo os datos de Fairtrade International, a entidade certificadora de Comercio Xusto con máis implantación en todo o mundo.

Por outro lado, e segundo a Organización Mundial do Comercio Xusto, unhas 250 entidades dedícanse á produción de téxtil ou artesanía. Un 75 % delas está situado en África e Asia e a maioría dos seus integrantes son mulleres.

Desde o punto de vista do impacto económico, en 2014 as vendas de Comercio Xusto alcanzaron os 5900 millóns de dólares, só tendo en conta os produtos certificados por Fairtrade International. Estes ingresos benefician fundamentalmente a aquelas persoas que traballan nas organizacións e ás súas familias, xa que reciben un salario digno e estable, e os seus ingresos non están a expensas das variacións do mercado ou da especulación. Pero ade-

mais o Comercio Xusto ten outros impactos positivos no medio ambiente (preservación da terra, a auga e a biodiversidade, abandono de prácticas prexudiciais, fomento da agricultura ecolóxica), a organización política (aplicación de modelos democráticos, participativos e transparentes) e do contorno, xa que coa prima —a cantidade extra que reciben as organizacións produtoras— estas desenvolven proxectos educativos, sanitarios, sociais, de infraestruturas etc. En 2014, o Comercio Xusto distribuíu 95 millóns de dólares en primas.

En España, este ano o Comercio Xusto fai o seu 30 aniversario desde a apertura das dúas primeiras tendas, en San Sebastián e Córdoba. Na actualidade hai 140 tendas e puntos de venda especializados, xestionados polas organizacións da Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. Así mesmo, os produtos están presentes noutros establecementos retailistas, grandes superficies e cadeas de hostalería. As vendas en 2014 ascenderon a 33,2 millóns de euros, un 8 % máis ca o ano anterior. Nas organizacións do sector traballan 150 persoas e máis de 2500 colaboran como voluntarias, o 80 % mulleres. Non somos, quizais, un movemento tan desenvolvido e maduro coma noutros países europeos, pero desde logo logramos ocupar o noso lugar na economía social e solidaria deste país.

En definitiva, cada día medra o número dos que #Somos Comercio Xusto e iso é, precisamente, o que trata de reflectir este documento: que cada vez somos máis e queremos seguir sumando persoas ao movemento. Sigue lendo e descubrirás quen somos, os nosos criterios de actuación e o impacto que ten o Comercio Xusto na vida das comunidades do Sur. Oxalá que cando conclúas este caderno tit amén sexas, como cada vez máis persoas no mundo, Comercio Xusto. ●

1

O COMERCIO XUSTO NA ESFERA INTERNACIONAL

O comercio internacional está dominado pola lóxica do libre mercado, que sitúa a competitividade e a obtención do máximo beneficio económico por encima dos dereitos das persoas, das condicións laborais e da preservación do medio ambiente. Este sistema xera profundas desigualdades.

Segundo o último informe do Programa de Nacións Unidas para o Desenvolvemento (PNUD)¹, a pobreza continúa afectando a mil millóns de persoas e as desigualdades aumentaron. O 1 % da poboación mundial posúe a metade da riqueza global, mentres que o 80 % da poboación se reparte tan só o 6 % da riqueza. Ademais, existen 830 millóns de persoas traballadoras que son pobres, é dicir, que viven con menos de 2 dólares ao día, e 1500 millóns de persoas teñen un emprego no que non contan cunhas condicións laborais dignas e seguras.

Por outra parte, a Organización Internacional do Traballo (OIT)² calcula que cerca de 21 millóns de persoas en todo o mundo realizan traballos forzosos, encóntranse en situacións similares á escravitude, dos cales 4,5 millóns son vítimas da trata con fins de explotación laboral e sexual.

Tamén segundo a dita organización³, o traballo infantil segue afectando a 168 millóns de nenos e nenas, dos que a metade realizan traballos perigosos.

No ámbito mundial, aínda que as mulleres realizan máis do 67 % das horas de traballo, ganan só o 10 % dos ingresos do mundo e posúen só o 1 % dos bens mundiais⁴. As mulleres ganan un 24 % menos ca



© INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (CROZET M)

1. PNUD. *Informe sobre Desarrollo Humano 2015*.

www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr/2015-human-development-report.html

2. OIT. www.ilo.org/global/topics/forced-labour/lang-es/index.htm

3. OIT. www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang-es/index.htm

4. Datos das Nacións Unidas citados por Fair Trade Advocacy Office en www.fairtrade-advocacy.org/fair-trade-and-the-eu/women-trade

os homes⁵ en tanto que, segundo as Nacións Unidas, o 70 % da pobreza mundial se concentra nas mulleres⁶. En moitos dos países empobrecidos, millóns de familias dependen da exportación de materias primas como o café, o cacao, o azucre ou o algodón, pero os ingresos que obteñen non lles permiten vivir dignamente do seu traballo. Os prezos que reciben polos seus produtos están suxeitos ás continuas fluctuacións dos mercados internacionais debido a que as materias primas, incluso as alimentarias, cotizan nas bolsas internacionais, como a de Londres ou Nova York, onde se determinan os seus prezos.

Vexamos o exemplo do cacao. A partir de 1980, o seu prezo iniciou unha forte caída e sitúase 20 anos despois nunha cuarta parte do seu valor inicial. Aínda que volveu subir, hoxe en día o prezo do cacao é a metade do que tiña hai tres décadas. Máis alá desta tendencia descendente, as variacións dos prezos prodúcense practicamente a diario. Unha volatilidade extrema que xera unha forte inseguridade. A isto hai que engadir que a porcentaxe do prezo final

**As mulleres
ganan un 24%
menos ca os homes
en tanto que o 70%
da pobreza mundial
se concentra nas
mulleres**

que chega ás mans das persoas produtoras se foi reducindo: na actualidade perciben tan só entre o 3 % e o 6 % do prezo dunha barriña de chocolate, mentres que hai unhas décadas esa porcentaxe se situaba arredor do 16 %⁷. As consecuencias de todo isto son demoledoras para os cacaocultores, xa que os ingresos que perciben pola venda da súa produción se viron reducidos progresivamente, chegando ao extremo de que os baixos ingresos que reciben os sitúan moi por debaixo do límite da pobreza.

Similar é a situación que padecen millóns de mulleres e homes que traballan en fábricas ou en talleres en condicións de explotación a cambio de salarios de miseria⁸. O sector téxtil é un exemplo emblemático. A deslocalización da produción trasladou a confección da roupa a países de baixos salarios e escaso respecto aos dereitos laborais e á protección do medio ambiente.

O Comercio Xusto xorde, ao igual ca outros movementos sociais, da necesidade de buscar alternativas a este sis-



© INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (CROZET M)

5. *Ibidem*.

6. Universidade do País Vasco-Hegoa. Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo. www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/99

7. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2014). Caderno de Comercio Xusto. Monográfico sobre o cacao. Nº 4. comerciojusto.org/wp-content/uploads/2014/04/Cuaderno-cast.pdf

8. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2015). Caderno de Comercio Xusto. Monográfico sobre o textil. Nº 5.

comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/05/CUADERNO-TEXTIL-CASTELLANO.pdf

tema económico e comercial que marxina a gran parte da poboación, xerando pobreza e aumento das desigualdades.

Neste sentido, o movemento do Comercio Xusto defínese como parte dun movemento internacional máis amplo, o da economía social e solidaria, co que se comparte a loita por transformar o sistema económico e as inxustas regras comerciais, ofrecendo á vez unha alternativa comercial xusta, viable e sustentable tanto social como ambientalmente. Ao longo dos anos, foise consolidando como un modelo no que a produción e o comercio están ao servizo das persoas,

o que fai posible o desenvolvemento das poboacións máis desfavorecidas.

■ CRITERIOS DO COMERCIO XUSTO

No Comercio Xusto é primordial a relación coas persoas produtoras. Baséase no respecto mutuo e nuns criterios que garanten un trato xusto e facilitan a mellora das súas condicións sociais. Os criterios, que foron consensuados no ámbito internacional polas organizacións de Comercio Xusto e constitúen a súa carta de principios⁹, son:

OS 10 PRINCIPIOS DO COMERCIO XUSTO

<p>1 CREACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA PRODUTORES EN DESVANTAXE ECONÓMICA</p> 	<p>6 EQUIDADE DE XÉNERO</p> 
<p>2 TRANSPARENCIA, FUNCIONAMENTO DEMOCRÁTICO E RENDICIÓN DE CONTAS</p> 	<p>7 CONDICIÓN LABORAIS DIGNAS, PROTEXENDO OS DEREITOS HUMANOS E DOS TRABALLADORES</p> 
<p>3 CONSTRUCIÓN DE CAPACIDADES</p> 	<p>8 LOITA CONTRA A EXPLOTACIÓN INFANTIL</p> 
<p>4 RELACIÓN COMERCIAL EQUITATIVA E A LONGO PRAZO COS PRODUTORES E PRODUTORAS</p> 	<p>9 PROTECCIÓN DO MEDIO AMBIENTE</p> 
<p>5 PAGAMENTO DUN PREZO XUSTO</p> 	<p>10 INFORMACIÓN E SENSIBILIZACIÓN</p> 

9. Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO). *Los 10 Principios de Comercio Justo*. wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/

“RECIBIMOS UN PREZO XUSTO”

Norma Mora, coordinadora da organización MCCH. Ecuador:¹⁰

“Cando vendemos a través do Comercio Xusto, recibimos un prezo xusto, págannos o que merecemos e podemos comercializar con dignidade. Ás veces, cando imos ao mercado convencional, sentimos que nos rouban e nos enganan e que os nosos produtos non son valorados. Co Comercio Xusto non só melloran os ingresos económicos, senón que ademais temos un mercado para o que poder producir e no que vender e non ter o temor de que, cando saque a produción, non a venda ou teña que regalala xa que o mercado sofre moitos altos e baixos”.



© ARCHIVO CECI

“MELLORAMOS A CALIDADE DE VIDA DAS FAMILIAS”

Ivania Calderón, cafetaleira da organización CECOCAFEN. Nicaragua:¹¹

“Quen lle vende ao comercio convencional entrégalle o seu café á comercializadora e non ten máis beneficio ca o diñeiro que recibe no momento da venda. En cambio, en Comercio Xusto, ademais de asistencia técnica e capacitación, temos a prima. A colleita pasada recibimos 10 dólares máis por quintal/ouro. Este ano teremos 20 dólares máis. Con isto melloramos a calidade de vida das familias, dos traballadores ou infraestruturas como camiños”.



© IVANIA CALDERÓN A TRAVÉS DE LA TENDA DE TOT EL MÓN

O Comercio Xusto é un sistema comercial baseado no diálogo, a transparencia e o respecto, que busca unha maior equidade no comercio internacional, prestando especial atención a criterios sociais e medioambientais. Contribúe ao desenvolvemento sustentable ofrecendo mellores condicións comerciais e asegurando os dereitos de produtores/as e traballadores/as desfavorecidos, especialmente no sur.

Organización Mundial do Comercio Xusto

Por último, un dos obxectivos principais do movemento do Comercio Xusto é ofrecer produtos que, ademais de cumprir con estes criterios, sexan de excelente calidade. Para iso, establécense procesos de mellora continua en toda a cadea de subministración e garántese, deste xeito, o respecto aos dereitos das persoas e ao medio ambiente, tanto para quen elabora os produtos como para os que os consumimos.

**Un dos
obxectivos
principais do
movemento do
Comercio Xusto é ofrecer
produtos que sexan
de excelente
calidade**

10. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2014). “Somos un gran movimiento de la economía solidaria”. comerciojusto.org/somos-un-gran-movimiento-de-la-economia-solidaria/
11. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2012). “El beneficio llega a todas las personas aunque no sean miembros de la cooperativa”. comerciojusto.org/el-beneficio-llega-a-todas-personas-aunque-no-sean-miembros-de-la-cooperativa/

■ BREVE HISTORIA

Logo da Segunda Guerra Mundial, coa vitoria das grandes potencias económicas lideradas polos Estados Unidos, construíuse unha nova orde económica mundial deseñada co fin de dispoñer de maiores cotas de mercado para as grandes potencias occidentais e as súas empresas. Deste xeito xurdiron institucións como o Banco Mundial, o Fondo Monetario Internacional e, no ámbito comercial, o GATT. O Norte —entendendo como tal o conxunto de potencias económicas situadas na súa práctica totalidade neste hemisferio da Terra— protexe os intereses comerciais das súas empresas a través destes organismos, á vez que lle impuxo a súa lóxica económica ao resto do mundo. Os máis prexudicados son os países do chamado Sur —entendendo como tales os países

empobrecidos e con escaso poder negociador, aos que se lles esixe unha maior apertura comercial dos seus mercados—.

Poñamos só un par de exemplos. Segundo a Organización das Nacións Unidas para a Alimentación e a Agricultura (FAO)¹², a eliminación das subvencións directas que recibe a industria do algodón nos Estados Unidos incrementaría os prezos deste produto ata 11 %, o que pode repercutir directamente nos máis de dez millóns de persoas que sobreviven do seu cultivo en África. Por outra parte, segundo a Conferencia das Nacións Unidas sobre Comercio e Desenvolvemento (UNCTAD), a supresión de todas as medidas discriminatorias no sector téxtil e da confección aumentaría o emprego entre un 20 e un 45 % nos países en desenvolvemento¹³.



Conferencia da UNCTAD de 1964 en Xenebra.

© NACIONES UNIDAS

12. FAO. *Los subsidios al algodón en los países ricos significan precios bajos en todo el mundo.* www.fao.org/newsroom/es/focus/2005/89746/article_89759es.html

13. Eurosur. www.eurosur.org/EFTA/c1.htm

Estas relacións comerciais inxustas, xeradoras de pobreza e desigualdade, encóntranse na orixe do movemento do Comercio Xusto, que arranca entre os anos corenta e cincuenta nos Estados Unidos. Fagamos un pequeno percorrido coas datas máis significativas na evolución do movemento¹⁴:

- En 1945, a organización Ten Thousand Villages (antes, Self Help Crafts) empeza a comprar bordados de Porto Rico, e outra entidade, SERRV, vende artigos de artesanía realizados por comunidades do Sur. Moitos destes artesáns estaban loitando contra os baixos prezos do mercado internacional, as altas marxes e a dependencia fronte aos intermediarios.


Nesta nova forma de comercio solidario encontraron a posibilidade de garantir uns ingresos adecuados para a súa produción, evitar os intermediarios innecesarios e facilitar o seu acceso aos mercados internacionais.

- En 1958, abre nos Estados Unidos a primeira tenda formal de Comercio Xusto.
- En 1964, os países do Sur piden unhas regras comerciais máis xustas baixo o grito de “comercio, non axuda” na Conferencia da UNCTAD de 1964 en Xenebra. Ese mesmo ano, a ONG Oxfam crea a súa propia compañía comercial, Oxfam Trading.

10 FITOS NA HISTORIA DO COMERCIO XUSTO



14. *El ABC del Comercio Justo. El movimiento del Comercio Justo.* Coordinadora Estatal de Comercio Justo. comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/El_ABC_del_CJ_2.pdf



O movemento do Comercio Xusto arranca entre os anos corenta e cincuenta nos Estados Unidos

- En 1969, abre as súas portas en Holanda a primeira tenda de Comercio Xusto xurdida en Europa.
- Nas décadas dos anos sesenta e setenta, comezan a establecerse organizacións de produtores de Comercio Xusto en África, América Latina e Asia.
- En 1973, baixo o nome Indio Solidarity Coffee impórtase o primeiro café de Comercio Xusto, procedente de Guatemala. Ata esa data as vendas centráranse en artigos de artesanía.
- Na década dos oitenta, créanse as primeiras redes internacionais de organizacións de Comercio Xusto.
- En 1988, créase en Holanda o primeiro selo de garantía, Max Havelaar.
- En 1989, corenta organizacións de comercio alternativo fundan a Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT, nas súas siglas en inglés), xerme do que posteriormente sería a Organización Mundial do Comercio Xusto.
- En 1990, nace a Asociación Europea de Comercio Xusto (EFTA, nas súas siglas en inglés), constituída por once importadoras europeas¹⁵.
- En 1994, créase a Rede Europea de Tendas do Mundo (NEWS, nas súas siglas en inglés).
- En 1997, unifícanse as distintas iniciativas nacionais de certificación e créase Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), que dá lugar ao Selo Fairtrade.
- En 1998, FLO, IFAT, NEWS e EFTA fundan FINE, cuxo nome se constitúe coas súas siglas e que ten como obxectivo fundamental a incidencia política.
- En 2001, establécese o Día Mundial do Comercio Xusto.
- En 2004, FINE convértese na FTAO (Fair Trade Advocacy Office), a Oficina de Incidencia Política do Movemento do Comercio Xusto, con base en Bruxelas.
- En 2006, o Parlamento Europeo aproba unha resolución sobre Comercio Xusto e desenvolvemento, e sinala o Comercio Xusto como instrumento eficaz para a erradicación da pobreza e o desenvolvemento sustentable.
- En 2009, IFAT e NEWS unifícanse e constitúese a Organización Mundial de Comercio Xusto (WFTO, nas súas siglas en inglés).
- En 2010, o Comité das Rexións aproba un ditame que destaca o papel do Comercio Xusto na contribución ao desenvolvemento sustentable.
- En 2014, o Parlamento Europeo aproba unha resolución para a inclusión do Comercio Xusto na directiva relativa á contratación pública¹⁶.
- En febreiro de 2016, a WFTO presenta o Selo de Certificación da Organización Mundial de Comercio Xusto. ●

15. Kocken, Marlike. "Uniendo fuerzas desde el Comercio Justo", en *El Comercio Justo en España 2012*, CEJ, Madrid, 2013.

comerciojusto.org/wp-content/uploads/2013/08/articulo-EFTA.pdf

16. DIRECTIVA 2014/24/UE DO PARLAMENTO EUROPEO E DO CONSELLO, do 26 de febreiro de 2014, sobre contratación pública e pola que se derroga a Directiva 2004/18/CE. 28.3.2014. L 94/65 www.eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0024&from=es

EVOLUCIÓN DO MOVEMENTO EN ESPAÑA

O Comercio Xusto iniciou a súa andadura en España en 1986 coa apertura das dúas primeiras tendas especializadas, unha en Donostia-San Sebastián da man de Emaús e a outra en Córdoba aberta pola cooperativa Sandino (hoxe IDEAS).

Paseniñamente, e de maneira destacada durante a década dos anos noventa, fóronse constituíndo a maior parte das organizacións que conforman na actualidade o movemento do Comercio Xusto no noso país. Hoxe en día xestionan 140 tendas e puntos de venda, aos que se foron sumando herbolarios, tendas de produtos ecolóxicos, supermercados, grandes superficies, hostalería e diversas empresas que distribúen produtos certificados de Comercio Xusto.

Paralelamente ao desenvolvemento das tendas, as organizacións comezaron a realizar, xa na década dos anos noventa, un importante labor de sensibilización e difusión do Comercio Xusto. De igual modo, foron sucedéndose iniciativas de incidencia política dirixidas a incorporar na lexislación medidas de apoio ao Comercio Xusto.

Estes son algúns dos fitos na historia do movemento no noso país:

- En **1986**, ábrese as dúas primeiras tendas no Estado español, unha en Donostia e outra en Córdoba, por parte da Fundación Emaús e a Cooperativa Sandino (actualmente IDEAS), respectivamente.
- A finais dos anos oitenta e principios dos noventa, fúndanse moitas organizacións de Comercio Xusto que empezan a realizar contactos para organizarse como movemento.
- En **1995**, Alternativa3 inaugura unha torradora de café dedicada en exclusiva ao Comercio Xusto.
- En **1996**, as organizacións do sector constitúen a Coordinadora Estatal de Comercio Xusto, coa finalidade de xuntar esforzos e fortalecer o movemento.
- No ano 2000, a organización SETEM realiza a primeira análise de vendas. A facturación ascendía a 7 millóns de euros. Case o 70 % das compras realizábase nas tendas de Comercio Xusto e máis da metade correspondía a artigos de artesanía.
- Tamén no ano **2000**, Intermón véndelle o primeiro palé de café a unha gran cadea de distribución. Iníciase así a expansión a outros espazos de venda.
- En **2005**, fúndase Fairtrade España (hoxe Fairtrade Ibérica), a asociación do selo de Comercio Xusto integrada en Fairtrade International.
- En **2008**, desenvólvese a expansión dos produtos certificados en empresas e grandes cadeas de distribución e hostalería.
- En **2014**, as vendas de Comercio Xusto ascenderon a 33,2 millóns de euros.
- Na actualidade, unhas 150 persoas traballan no sector e máis de 2500 colaboran como voluntarias.

2

MOITO MÁIS CA COMERCIO

O Comercio Xusto é moito máis ca un conxunto de criterios éticos que se aplican á produción e comercialización de determinados produtos. Trátase dun movemento internacional que loita pola transformación social, para o que denuncia as inxustas regras comerciais que rexen o sistema económico actual e propón un modelo alternativo, rexido por criterios de xustiza social, económica e ambiental. Para iso, traballa de forma simultánea en tres eixes: comercialización, mobilización social e incidencia.

COMERCIALIZACIÓN

Por regra xeral, entre as persoas produtoras e as consumidoras tan só hai dous elos intermedios: as importadoras e as tendas. Tamén é posible que no país de orixe haxa exportadoras que agrupen as ven-

das de pequenas organizacións produtoras e que no país de destino existan distribuidoras. En calquera caso, a cadea de subministración é o máis curta posible, evítase a presenza de intermediarios innecesarios.

ORGANIZACIÓNS PRODUTORAS

Unha característica común ás diferentes organizacións produtoras de Comercio Xusto do mundo é a súa adhesión á Carta de principios do Comercio Xusto. As organizacións produtoras poden ser membro da WFTO ou, se o prefiren, certificar a súa produción con algún dos selos recoñecidos no ámbito mundial por esta entidade. Pero, en calquera caso, teñen que garantir o cumprimento exhaustivo de todos e cada un dos criterios establecidos no ámbito internacional, para o que se establecen diferentes sistemas de control e avaliación.





Actualmente existen máis de 2000 organizacións produtoras repartidas en 75 países de África, Asia, América Latina e O Caribe e os seus beneficiarios directos son máis de 2 millóns de persoas traballadoras e produtoras, as súas familias e comunidades¹⁷.

Dese total, arredor de 250 son organizacións artesás, situadas na súa maior parte en África e Asia (un 75 % delas)¹⁸, e as mulleres son as principais beneficiarias. Na maioría de países do Sur, as mulleres non son posuídores das terras, polo que a única opción para a súa supervivencia é dedicar-

se á artesanía. De aí a importancia para o movemento do Comercio Xusto de manter o apoio a estas pequenas organizacións artesás onde, sen dúbida, o impacto é máis evidente se cabe (segundo un estudo realizado pola FTAO, o 70 % dos artesáns de Comercio Xusto son mulleres)¹⁹.

No referido ás materias primas e alimentación, só baixo o paraguas de Fairtrade International²⁰ 1210 organizacións beneficiáanse do Comercio Xusto, ás que hai que engadir 318 baixo outros sistemas de certificación²¹.

17. Fair Trade Advocacy Office. www.fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/the-fair-trade-movement

18. WFTO. 2014 Annual Report. www.wfto.com/sites/default/files/AnnualReport_WFTO_Final%20%28AGM%20Approved%20version%29_0.pdf

19. Fair Trade Advocacy Office. www.fairtrade-advocacy.org/fair-trade-and-the-eu/women-trade

20. Fairtrade International. *Monitoring the scope and benefits of fairtrade 2014*. www.fairtrade.org.uk/~/_/media/fairtradeuk/what%20is%20fairtrade/documents/policy%20and%20research%20documents/monitoring%20reports/monitoring%20the%20scope%20and%20benefits%20of%20fairtrade%202014.ashx

21. Eco-cert fair trade, Fair for live é símbolo de pequenos produtores.



No caso de Fairtrade International, este sistema beneficia a máis dun millón e medio de traballadores e campesiños, dos que un 62 % se encontra en África e Oriente Medio. Por produtos alimenticios, o maior número de persoas traballadoras e produtoras beneficiadas está no sector do café, con máis de 737.000 persoas, seguidos polos do té con case 300.000 e, máis de lonxe, polos produtores e traballadores do cacao con 176.600.

E é claramente África, con máis dun millón de persoas, o continente máis beneficiado polo Comercio Xusto.

Baixo as redes de comercialización de Comercio Xusto, logran unha mellora dos seus ingresos e unha maior estabilidade e seguridade económica. Ademais de ter garantido un soldo digno e condicións de traballo saudables, os produtores e traballadores teñen acceso a unha “prima” ou incentivo para investir en proxectos de desenvolvemento da súa comunidade ou na propia organización produtora. No caso de Fairtrade International, en 2014 repartíronse máis de 95 millóns de dólares para proxectos comunitarios elixidos de maneira democrática polas propias organizacións produtoras.

Beneficianse tamén da posibilidade de obter créditos a baixo ou nulo xuro, de recibir asistencia técnica e formación para mellorar a produción, do acceso a servizos esenciais como educación e saúde e do traballo colectivo con outras pequenas organizacións produtoras o que os empodera á vez que lles facilita dispoñer de infraestruturas conxuntas. Todo isto supón unha mellora xeneralizada das súas condicións de vida e das súas expectativas de futuro.

“O COMERCIO XUSTO PROPORCIONALES OPORTUNIDADES A MOITAS MULLERES MARXINADAS”

Rojina Thapa, responsable de prensa de Sana Hastakala, unha das máis importantes organizacións de Comercio Xusto do Nepal:

“As organizacións de Comercio Xusto son realmente beneficiosas para os artesáns marxidados porque lles proporcionan oportunidades a moitas mulleres marxidadas, produtoras de artesanía. Páganlles un salario xusto aos produtores [...] Non hai traballo infantil e nunha organización de Comercio Xusto tratamos de crear un contorno amigable para as persoas produtoras”.

“OS CAMPESIÑOS APRENDERON A EXPOÑER A SÚAS PROBLEMÁTICAS”

Ada Zarate. Manduvirá. Paraguay²²

“Agora os campesiños aprenderon a expoñer as súas problemáticas e chegar a negociar, que é fundamental. Este cambio vese claramente na participación nas asembleas da cooperativa. Buscamos que haxa un empoderamento dos produtores, que a actitude non sexa a de “eu véndolle o meu produto á cooperativa e xa”, senón que digan “esta é a miña cooperativa e a miña fábrica”. Queremos que haxa ese nivel de apropiación e máis nunha cultura onde tras anos de ditadura hai moita submisión por parte dos produtores, estaban afeitos á idea de “páganme o que o empresario di”.



© ARCHIVO CECI

“DE REPENTE ESTAS MULLERES SON CAPACES DE NEGOCIAR OS SEUS DEREITOS”

Sunil Chitrakar. Mahaguthi. Nepal²³

“Observei moitos cambios na vida destas mulleres despois de empezar a traballar con nós. Primeiro no seu nivel de confianza, que aumenta moitísimo. De repente son capaces de negociar os seus dereitos tanto na casa como fóra dela. Desde o punto de vista da toma de decisións, a muller pasa de ter que aceptar as decisións que toman outros a adoptar as súas”.



© ARCHIVO CECI

En efecto, os beneficios do Comercio Xusto sobre os traballadores, as organizacións e as súas comunidades son moi diversos e tradúcense en distintos ámbitos. Vexamos algúns dos identificados a través de diferentes estudos de impacto realizados²⁴:

IMPACTOS ECONÓMICOS

Aumento dos ingresos: maiores e máis estables; menor vulnerabilidade fronte á flutuación dos prezos básicos nos mercados internacionais, suxeitos á especulación; mellores condicións de vida; maior seguridade e capacidade para investir e planificar a medio e longo prazo.

Mellor coñecemento do mercado: información sobre as demandas, preferencias e pautas de compra das persoas consumidoras responsables; acceso a novos e máis interesantes mercados, tanto internos como rexionais e internacionais.

Acceso a servizos financeiros: maior capacidade das organizacións produtoras para negociar préstamos con institucións

financeiras locais ou internacionais, e para obter financiamento en mellores condicións.

Innovación e novas actividades complementarias xeradoras de ingresos: desenvolvemento de actividades de transformación alimentaria, turismo solidario, mellora de ferramentas e medios de produción etc.



© FAIRTRADE INTERNATIONAL

22. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2013). “Estamos haciendo una revolución dulce”. comerciojusto.org/estamos-haciendo-una-revolucion-dulce-entrevista-a-ada-g-zarate-de-la-cooperativa-manduvira-paraguay/
 23. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2015). “El Comercio Justo ha ayudado a miles de personas a salir de la pobreza”. comerciojusto.org/el-comercio-justo-ha-ayudado-a-miles-de-personas-a-salir-de-la-pobreza/
 24. Donaire, Gonzalo. “Los impactos del Comercio Justo en el Sur”, en *El Comercio Justo en España 2011*, CECI, Madrid, 2012. comerciojusto.org/wp-content/uploads/2012/10/Articulo-Impactos-CJ-en-Sur.pdf

IMPACTOS SOCIAIS



© FAIRTRADE INTERNATIONAL

Servizos sociais: por exemplo, no ámbito da educación, infraestruturas escolares, adquisición de equipamentos e subministracións; no ámbito da sanidade, construción de centros de saúde, mutuas etc.

Desenvolvemento local: financiamento de proxectos comunitarios, tales como construción de fornos, latrinas, estradas, saneamento ou acceso a auga potable.

IMPACTOS AMBIENTAIS



© ASAMBLEA DE COOPERACIÓN POR LA PAZ

Apoio técnico: formación dos traballadores en técnicas de produción sustentables (xestión da fertilidade agrícola, loita contra a erosión, abandono de prácticas de queima a ceo aberto), melloras na calidade e acceso a certificacións ecolóxicas para os seus produtos.

Xestión de recursos naturais: reserva da auga, das terras e da biodiversidade; fomento da agricultura orgánica.

IMPACTOS ORGANIZACIONAIS E POLÍTICOS

Reforzo de aptitudes e competencias: aumento da calidade dos produtos, coñecemento dos engranaxes do mercado e do medio internacional.



© FAIRTRADE INTERNATIONAL

Redes institucionais: reforzo da capacidade das organizacións produtoras de dialogar cos poderes públicos, de propoñerlles políticas e intervencións de apoio do sector; desenvolvemento de convenios con ONG e outros actores.

Lexitimidade: recoñecemento social por parte dos poderes públicos e doutros actores presentes no mesmo territorio e/ou sector.

Gobernanza: aplicación dos mesmos criterios de transparencia, funcionamento democrático, participación e non discriminación defendidos e impulsados polo Comercio Xusto.

Por último, cómpre destacar que o Comercio Xusto presta especial atención ás **mulleres**, posto que para elas é máis difícil conseguir un traballo remunerado, ter acceso á terra ou acceder a un crédito. O traballo, ademais de ingresos, proporciónalles independencia, dálles seguridade e empoderáas en todos os aspectos da súa vida.

“NOSOUTRAS PODEMOS CONSEGUILO”

Nancy Hernández, xefa de control de calidade de café en COMUCAP.
Honduras²⁵

“O que quere COMUCAP é demostrar que as mulleres podemos facer estes traballos. Nisto, creo que a miña experiencia foi importante porque son xerente da miña propia empresa. Son das poucas mulleres en Honduras que traballo nun posto así e como xefa de control de calidade do café. Loitei moito para iso e creo que o meu exemplo pode servir e demostrar que nós podemos conseguilo.”



© ARCHIVO CECI

TRES CASOS MOI XUSTOS

Estes exemplos achégannos á realidade dos produtores. Grupos de campesiños ou de artesáns de zonas desfavorecidas, especialmente de Asia, América Latina e África

Bangladesh é país coñecido pola explotación laboral das persoas que confeccionan roupa para as marcas internacionais, así como polos graves accidentes producidos nos seus talleres. Pero alí tamén se encontra unha das maiores organizacións de Comercio Xusto, **Brac-Aarong**. Fundada en 1978, agrupa hoxe en día unhas 350 cooperativas nas que traballan máis de 23.000 persoas, na súa maioría mulleres. Desde os seus inicios, o seu obxectivo foi facilitar un traballo estable para os artesáns das zonas rurais. Ademais, presta servizos como créditos a moi baixa taxa de xuro, asesoría en creación e administración de microempresas, bolsa de traballo e programas de educación e saúde, principalmente dirixidos a mulleres e nenos. As cooperativas que integran Brac Aarong producen **roupa, artigos téxtiles para o fogar e artesanías**, e demostra que é viable unha produción na que, ademais da rendibilidade económica, se garante a rendibilidade social e ambiental.

No outro extremo do mundo, en Jinotega, **Nicaragua**, faise realidade un dos produtos estrela do Comercio Xusto, o café. Unha asociación de pequenos produtores, **Aldea Global**, ofrécelles aos seus membros apoio na comercialización, créditos e desenvolvemento. Ademais da produción dun café de calidade, a conservación do medio ambiente e a igualdade de xénero son os seus dous piares fundamentais. Facíltraselles tamén formación técnica aos agricultores e póñense en marcha programas sanitarios e iniciativas de ecoturismo que protexen os seus espazos naturais.

En **Burkina Faso**, a cooperativa **UGPPK**, formada por 3000 mulleres de 38 vilas, está especializada na recolección e produción de **manteiga de carité**, que se utiliza na elaboración de diferentes produtos de cosmética. A cooperativa conseguiu dotar de capacidade e medios os grupos que a forman, co que obtén unha calidade excepcional e a posibilidade de exportar a manteiga de carité de maneira directa. As mulleres logran unha fonte de ingresos que ademais lles proporciona independencia. O prezo superior que obteñen polo seu produto nos circuítos de Comercio Xusto permítilles investir en proxectos comunitarios.

Podes coñecer máis sobre os grupos de produtores²⁶ cos que traballan as importadoras no noso país a través da web da CECX.

25. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2013). “Con nuestro producto contamos nuestro origen, quiénes somos y qué es lo que hacemos”. comerciojusto.org/con-nuestro-producto-contamos-nuestro-origen-quiénes-somos-y-que-es-lo-que-hacemos/

26. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. *Conoce a los productores*. comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/el-proceso-del-comercio-justo/productores/

IMPORTADORAS

Existen máis de **500 organizacións importadoras** no mundo. Son as organizacións que lles compran os artigos aos grupos produtores e os poñen á disposición das tendas. Na súa relación cos produtores, o seu traballo baséase:

- No acordo mutuo: o prezo da produción establécese de común acordo entre ambas as partes (grupos produtores e importadoras), segundo os criterios do Comercio Xusto, de maneira que cubra os custos de produción (materias primas, man de obra con salarios adecuados, condicións de traballo dignas e saudables) e lle permita ao grupo produtor unha marxe para investir en proxectos de desenvolvemento da súa comunidade ou na propia organización produtora.
- Nas relacións comerciais a longo prazo: o compromiso por manter as relacións comerciais a longo prazo é outro pilar fundamental para o entendemento e xeración de confianza entre iguais.
- No financiamento previo: as importadoras financian por adiantado parte da produción, o que lles permite aos produtores non recorrer a outros mecanismos de financiamento. Desta maneira comparten os riscos ante, por exemplo, a perda da colleita e evitan que as organizacións teñan que endebedarse.
- Asesoramento e formación: as importadoras ofrecen o acompañamento necesario para a elaboración de produtos de calidade e o acceso a novos mercados.
- Transporte e distribución dos produtos: en ocasións tamén se encargan da etapa do envasado, aínda que existe a preferencia xeral de facelo sempre que se poida no país de orixe, achegando desta forma máis valor engadido á actividade comercial.
- As importadoras, nalgúns casos, tamén elaboran algúns produtos cunha combinación de diferentes ingredientes de Comercio Xusto.



© FAIRTRADE INTERNATIONAL

As importadoras, en definitiva, son a ponte principal entre as tendas e as organizacións produtoras, ofrecen toda a información do grupo produtor e aseguran, desta forma, a rastrexabilidade dos produtos. Ademais dun destacado papel na cadea de subministración, á vez son importantes voceiros dos principios e criterios do Comercio Xusto, e contribúen activamente ás campañas de mobilización e incidencia nos seus respectivos países.

En Europa, once importadoras de nove países fundaron EFTA en 1987. O seu obxectivo principal é impulsar a coordinación e cooperación entre elas, identificando demandas comúns e solucións compartidas. Así, por exemplo, manteñen unha base de datos común con información das organizacións produtoras e dos seus produtos, e organizan encontros sectoriais de tipo comercial (de artesanía, alimentación, márketing...) ²⁷.

En España, actualmente forman parte da Coordinadora Estatal de Comercio Xusto oito organizacións importadoras. No seu aspecto comercial, son as entidades que introducen os produtos en España para a súa distribución e venda. Trátase das fundacións Adsis-Equimercado, Copade, Vicente Ferrer, Oxfam Intermón e Taller de Solidaridad e as cooperativas Alternativa3, Espanica e IDEAS.

27. European Fair Trade Association. www.european-fair-trade-association.org/efta/

TENDAS

No mundo hai **máis de 4000 tendas de Comercio Xusto**. Na súa maior parte están atendidas por persoal voluntario. Moitas organizacións dispoñen tamén de tendas en liña, o que facilita o acceso aos artigos de Comercio Xusto a sectores máis amplos da poboación.

No ámbito comercial, as tendas son espazos privilexiados onde encontrar unha ampla gama de produtos elaborados en condicións de xustiza social e medioambiental. Así, ademais daqueles produtos alimenticios máis coñecidos polo gran público, como o café, o cacao ou o azucre, que tamén se comercializan noutros espazos comerciais, nas tendas de Comercio Xusto pódese encontrar unha ampla gama de produtos que só se comercializan aí, como roupa, xoguetes, enxoval, cosmética natural, artesanías, bixería e complementos.

As tendas son espazos onde non só se poden comprar produtos elaborados en condicións de xustiza social e medioambiental, son auténticas ventás abertas a través das cales se pode coñecer a historia que hai detrás de cada un deses produtos. Deste xeito contribúese a un achegamento entre consumidores e produtores.

Pero ademais da posibilidade de coñecer os que están ao outro extremo da cadea comercial, son lugares de expresión de todo un movemento que traballa pola xustiza global. É nas tendas onde se materializan as campañas, se recollen sinaturas, se realizan encontros e debates, onde se ofrecen distintas posibilidades para vincularse co movemento (por exemplo, facéndose voluntario) e tamén onde o movemento pode articularse con outros axentes no ámbito local (por exemplo, con redes veciñais, con outras organizacións de economía solidaria, con grupos cooperativos etc.).

As tendas son, en definitiva, a ponte, o nexo de unión entre a cidadanía e o movemento, e fan posible que o Comercio Xusto siga vivo, crescendo e sumando na súa parte comercial, e ademais na activista, parte fundamental para avanzar na transformación que desde o movemento de Comercio Xusto propoñemos.



© ARCHIVO CECI

Desta forma, as tendas no Norte, e cada vez tamén máis no Sur, son o “corazón do movemento do Comercio Xusto”, referencia para unha cidadanía comprometida que, máis alá da compra, quere tamén participar na construción dun mundo máis xusto.

■ PRODUTOS E VENDAS

Só en produtos certificados por Fairtrade International, as vendas de Comercio Xusto ascenden, na actualidade, a 5900 millóns de dólares²⁸ en todo o mundo. Inicialmente, comercializábanse case exclusivamente artesanías; hoxe en día, a comercialización está vinculada principalmente aos produtos agrícolas enfocados á alimentación. Non obstante, ante o crecemento do mercado e do movemento nos últimos anos, cada vez máis produtos vanse sumando á lista de produtos que se comercializan baixo este modelo, aumentando a súa diversidade.

Os produtos que agora se poden encontrar nas redes de Comercio Xusto pódense catalogar en cinco grandes categorías:

- Alimentación: café, chocolate, té, azucre, marmeladas, galletas, quinoa, bebidas alcohólicas (ron, viño, licores), cereais autóctonos, especias, froitos secos, vinagre, salsas, entre outros.
- Téxtiles: téxtil de fogar (manteis, mandís, toallas) e téxtil de vestir (camisetas, saias, pantalóns, pixamas), entre outros.
- Artesanías: bixería, xoiería, marroquinería, artigos para o fogar (bandexas, vasos, xerras, pratos, xogos de té, vasos, marcos de fotos, candelabros, candeas, incensos), útiles de cociña, cestas, xoguetes, bonecos, xogos de mesa, material de papelería, instrumentos musicais, máscaras, roupa, panos, tapices, manteis, toallas, colchas, mochilas, alfombras etcétera.
- Cosmética e produtos de hixiene persoal: cremas hidratantes, desodorizantes, protectores solares, xabóns, perfumes, xeles, xampús e pasta de dentes, entre outros.
- Outros: mobles (mesas de comedor, recibidores, consolas, andeis, cabeceiros, mesas de noites, armarios, espellos, mesas pregables etc).

En tanto que os produtos alimenticios se poden encontrar en cada vez máis variados espazos comerciais (tendas ecolóxicas, herbolarios, grandes superficies comerciais e outros establecementos), as tendas de Comercio Xusto seguen sendo o espazo referente para o consumidor, onde se pode encontrar a ampla gama de produtos de Comercio Xusto.

■ “É IMPORTANTE SALVAGARDAR NOSAS TRADICIÓN CULTURAS”

Vikas Kumar. Tara. A India²⁹

“A maior fortaleza dos traballadores da organización —a maioría son *dalits*— é que teñen unha especialidade artesá que se transmitiu desde hai moito tempo. Nós pensamos que é importante salvagardar estas tradicións culturais. Por iso, quixemos apoiar a estes traballadores que moitas veces non podían dar a coñecer as súas habilidades e acababan deixando a artesanía e indo traballar ás cidades en postos pagados”.



© ARCHIVO CECU

28. Fairtrade International. *Sexto informe: “Seguimiento del Alcance y Beneficios de Fairtrade”*.

29. Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2012). “Es importante concienciar al consumidor europeo sobre lo que hay detrás de los productos”.

comerciojusto.org/%E2%80%9Ces-importante-concienciar-al-consumidor-europeo-sobre-lo-que-hay-detras-de-los-productos-que-compra%E2%80%9D/

“CO NOSO CAFÉ PODEMOS CONTAR A NOSA ORIXE”

Nancy Hernández. COMUCAP. Honduras³⁰

“Co noso café podemos contar a nosa orixe, quen somos e que é o que facemos”.



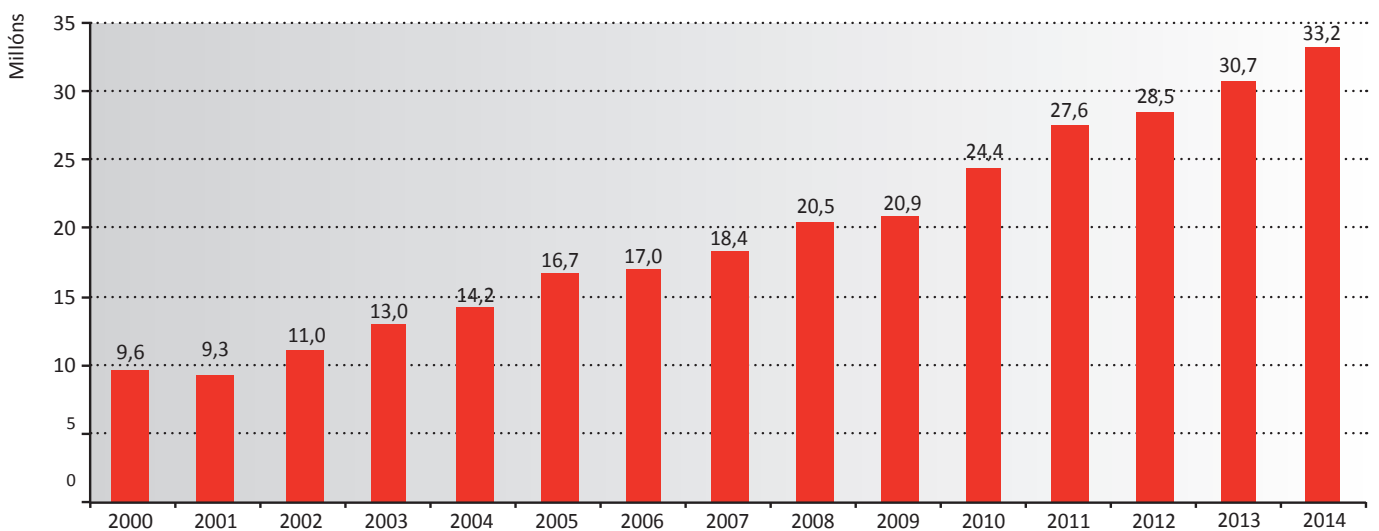
© ARCHIVO CEC

■ VENDAS EN ESPAÑA

En 2014, as vendas de Comercio Xusto ascenderon a 33,2 millóns de euros, o que supón un 8 % de incremento con respecto ao ano anterior. O incremento medio anual desde o ano 2000, cando se realizou a primeira análise de vendas, foi dun 9,4 %. Aínda que hai que ter en conta que a partir do ano 2008, cando estourou a crise, as vendas nas tendas especializadas de Comercio Xusto diminuíron, esa redución viuse compensada polo incremento das vendas a través de canles convencionais de comercialización debido á implantación do Selo Fairtrade.

Non obstante, máis alá do aspecto comercial, para o movemento do Comercio Xusto a caída das vendas nas nosas tendas é unha realidade moi preocupante. As tendas son espazos de referencia para a cidadanía onde, ademais de comprar produtos elaborados en condicións xustas, encontran distintas posibilidades para participar no movemento. Noutras palabras, as tendas son as que lle ofrecen capilaridade ao movemento do Comercio Xusto, unha canle de articulación e comunicación permanente coa cidadanía, desde onde se poden ofrecer opcións concretas para participar nas reivindicacións por un mundo global máis xusto e solidario. Esta caída significa unha perda no ámbito cuantitativo moi importante para as organizacións que as soportan pero, sobre todo, significa unha perda cualitativa para todo o movemento que dificilmente podemos substituír.

Evolución das vendas de produtos de Comercio Xusto, 2000-2014 (millóns de euros constantes, base 2014)



Fonte: elaboración propia

30. *Ibidem.*

En canto á implantación do Comercio Xusto nos hábitos de compra da poboación española, en 2014 o gasto anual por habitante foi de tan só 0,71 euros, fronte aos 13,42 de media en Europa. Esta diferenza explícase en parte pola tardía chegada do Comercio Xusto ao noso país, con máis de 20 anos de atraso con respecto a outros países europeos que foron pioneiros deste movemento. O consumo realízao unha pequena porcentaxe da poboación, arredor da quinta parte segundo unha enquisa do CIS³¹ realizada en 2014. A marxe para o crecemento é, polo tanto, moi significativa. Para iso será importante unha maior implicación de administracións públicas, empresas e medios de comunicación.

Os produtos máis vendidos son os de alimentación, que en 2014 representaban o 90,6 % da facturación, e o café é o produto estrela, seguido do azucre e o cacao. O segundo lugar é para a artesanía, co 7,4 % das vendas, sector no que destacan os complementos, seguidos de téxtiles, decoración

e xoguetes. No resto das vendas destaca a cosmética cun 2 % do total.

As principais canles de venda foron establecementos de hostalería como cafeterías, xeadorías, bares e máquinas de vending (36,8 % en 2014), seguidos polos supermercados e grandes superficies (35,1 %). Nas tendas especializadas de Comercio Xusto tivo lugar en 2014 o 17,3 % das vendas, cunha facturación de 5,9 millóns de euros. Por debaixo sitúanse outros pequenos comercios como herbolarios e tendas de produtos ecolóxicos. Cabe destacar que as vendas ás administracións públicas representan tan só o 0,09 % da facturación. Unha nova chamada de atención sobre a necesidade da súa implicación no apoio ao Comercio Xusto.

Para información máis detallada sobre as vendas e a súa evolución: *La comercialización de productos de Comercio Justo en el Estado español en 2014.*

■ “A XENTE VAISE DECATANDO DE QUE OS PRODUTOS TIÑEN UNHA CALIDADE EXCELENTE”

Mónica Gómez, responsable de Comercio Xusto de Setem MCM³²

“Un aspecto que cambiou é a percepción da xente. Antes eu creo que se percibía o Comercio Xusto como algo de menor calidade, había máis receo. A por de probalo e coñecelo, a xente vaise decatando de que os produtos teñen unha calidade excelente. Ademais creo que a sociedade agora é máis receptiva aos temas sociais”.

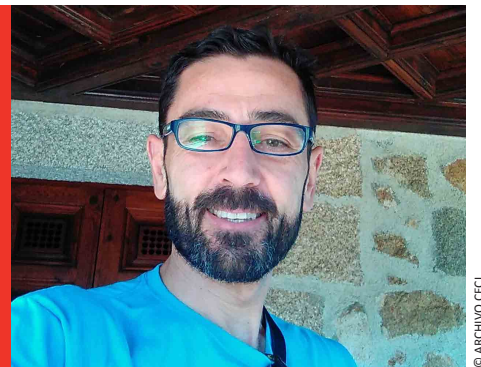


© ARCHIVO CECI

■ “HAI QUE FACER ALGO PARA CAMBIAR AS COUSAS”

Luis Miguel de Tapia, voluntario de Comercio Xusto nunha tenda de Comercio Xusto

“Unha das razóns pola que estou traballando aquí é porque, a pesar de que todos imos sabendo que moitas das cousas que adquirimos e consumimos (roupa, alimentación...) se obteñen dun comercio moi inxusto, con condicións laborais precarias, se non facemos algo, non imos cambiar esa situación. Ademais de pensar que estamos nunha situación moi inxusta, hai que facer algo para cambiar as cousas”.

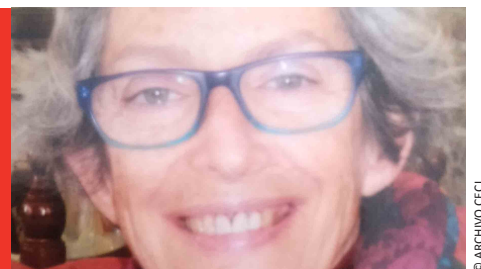


© ARCHIVO CECI

■ “TEMOS DE CAMBIAR OS NÓSOS HÁBITOS DE CONSUMO”

Annika Suárez, consumidora de produtos de Comercio Xusto

“Paréceme importante escoller produtos de Comercio Xusto porque creo que temos que cambiar os nosos hábitos de consumo, facelo de maneira máis responsable e xusta para todos”.



© ARCHIVO CECI

31. Estudo nº 3.024. www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3020_3039/3024/es3024mar.pdf

32. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. “Sería preocupante que llegáramos a considerar normal o inevitable la explotación laboral”. comerciojusto.org/seria-preocupante-que-llegaramos-a-considerar-normal-o-inevitable-la-explotacion-laboral/

PERSOAS CONSUMIDORAS

Idealmente, os consumidores deberían ter acceso a máis información sobre os produtos que consomen: quen fabrica os produtos, en que condicións laborais, con que salarios, a que proteccións laborais teñen acceso etc. Pero a realidade é outra. Pola etiqueta, só podemos ver en que país foron producidos, pero absolutamente nada das condicións sociais e medioambientais baixo as cales foron elaborados.

O movemento do Comercio Xusto vén denunciando ante distintos organismos internacionais a necesidade de incorporar esta información na etiquetaxe dos produtos convencionais como elemento fundamental para facilitar a toma de decisión á hora de consumir.

Neste sentido, un dos beneficios do Comercio Xusto é, precisamente, a xeración dunha nova relación, máis directa, entre o consumidor e o produtor, achegamento que ten como base o coñecemento das condicións de vida das persoas produtoras e que impacto ten a compra destes produtos neles e nas súas comunidades. A dita relación dálle ao consumidor a posibilidade de adquirir, a través do hábito cotián de consumo, un produto que, ademais do valor comercial, contén unha historia e un novo valor social e ambiental. Así, un dos obxectivos do movemento do Comercio Xusto é facer do consumo consciente e responsable un medio para que as persoas consumidoras participen no proceso de cambio nas condicións de traballo dos produtores e no desenvolvemento sustentable das súas comunidades. En resumo, nunha xusta relación Norte-Sur.

Para o movemento do Comercio Xusto, a sustentabilidade social e medioambiental do planeta pasa porque cada persoa tome conciencia da súa corresponsabilidade dos efectos sociais e ecolóxicos da produción. Así, como parte dun movemento global por un consumo consciente e responsable, asumimos como reto a idea dunha relación permanente Sur-Norte, entre persoas e sectores que, malia estaren localizados en diferentes espazos, están interesados nunha modificación dos mecanismos económicos mundiais.

Por outro lado, ademais desta nova relación entre consumidores críticos e socialmente comprometidos cun mercado

**É esencial
para unha maior
implicación das
autoridades públicas,
empresas e medios para
aumentar o consumo de
Comercio Xusto en
España**

de produtos producidos de maneira “xusta”, o movemento do Comercio Xusto traballa por informar o consumidor sobre as inxustizas do mercado e das condicións de pobreza na que viven miles de produtores do Sur. Neste sentido, baixo o lema “Non se compra algo, senón algo a alguén” lembramos a relación entre pobreza e consumo e como participar na mellora das condicións de vida de millóns de persoas co cotián acto da compra.



© ARCHIVO CECI

33. Roozen y Vander Hoff, 2002.

“É IMPORTANTE CREAR CONCIENCIA NO CONSUMIDOR EUROPEO PARA QUE PENSE NO QUE HAI DETRÁS DO QUE COMPRA”

Vikas Kumar, membro da organización Tara. A India³⁴

“Gustárame alentarmos os consumidores a que compren Comercio Xusto porque nós expoñemos con toda transparencia e responsabilidade o que facemos e como mellora a vida dos nosos artesáns en todos os sentidos. En Nova Delhi, por exemplo, hai nenos que están traballando facendo portacandeeas ou colgantes para as árbores de Nadal. Estes produtos non se utilizan na India, pero fábrícanse porque hai pedidos que veñen de fóra, dos Estados Unidos ou de Europa. A xente mércalos porque son baratos, sen saber de onde veñen. Por iso é importante crear conciencia no consumidor europeo da importancia do que está comprando, que pense que hai detrás dese produto. Nas tendas de Comercio Xusto, a xente pode saber de onde veñen os produtos porque os voluntarios vanllo explicar. Quero, por último, darlles as grazas a todas as persoas que dun xeito ou doutro apoian a estes máis de mil artesáns da India e de moitos outros sitios, permitindo, así, que cambien as súas condicións de vida”.

Pero as persoas consumidoras tamén se benefician do Comercio Xusto, que lles brinda unha oportunidade —que se suma a outras opcións de consumo responsable— de

comprar artigos de calidade de forma coherente cos seus principios éticos, así como de exercer un papel activo na transformación social.

A FORZA DOS CONSUMIDORES

Juanjo Martínez, responsable de compras de Comercio Xusto en Oxfam Intermón

Na cadea de produto, os consumidores e consumidoras están ao final, seguindo o itinerario do produto —nalgunhas industrias denomínanse destrutores de produto—. Non obstante, cando o comercio se considera unha ferramenta que xera oportunidades de desenvolvemento para persoas que viven en situacións de marxinalidade, os consumidores son en realidade o inicio do proceso. Son os que permiten que a maquinaria funcione.

Nos tempos nos que exercer a cidadanía de maneira responsable é moito máis que votar cada catro anos ou entender que os dereitos humanos non son negociables, aparecen novas maneiras de activismo aproveitando as redes sociais e os novos fluxos de comunicación que lle permiten á xente sentir que pode facer moito máis por conseguir un mundo máis xusto. E precisamente aí é onde un feito tan cotián como a compra pode estar provocando consecuencias directas noutros puntos do mundo.

En Guatemala, Guaya’b é unha cooperativa de café que agrupa a varios miles de pequenos campesiños. Oriéntase cara ao Comercio Xusto, é dicir, cara á comercialización que xera todas as oportunidades de desenvolvemento que se explican nestas páxinas. Pero custa moito conseguir que toda a produción poida beneficiarse deste mecanismo e cada ano unha parte que oscila entre o 20 % e o 50 % acaba vendéndose no mercado convencional. Isto é así porque non hai volume de negocio suficiente. Se aumentasen as vendas, o 100 % podería comercializarse nas redes de Comercio Xusto e isto beneficiaría directamente a máis persoas. Pero, neste caso, o beneficio do Comercio Xusto repártese entre todas as familias campesiñas, polo que acaba diluíndose en boa medida. Isto desincentiva os cooperativistas.

En Uganda, ACPCU, outra cooperativa de cafecultores de pequena escala, segue unha estratexia diferente: vai aceptando novos cooperativistas na medida en que vai conseguindo máis demanda. Ten algúns riscos para as organizacións importadoras porque pode calcular mal e non satisfacer completamente algúns pedidos, pero sen dúbida que os cooperativistas están moito máis contentos e comprometidos.

Estes dous modelos son, en realidade, dúas estratexias dos produtores ante unha demanda que presenta certa incerteza. A incerteza agregada de tantos consumidores que toman en décimas de segundo a súa decisión sobre que café comprar. Cando deciden optar por un café de Comercio Xusto, están contribuíndo a que as familias campesiñas de Guatemala se beneficien de máis oportunidades e a que máis familias en Uganda poidan entrar nesta maquinaria de desenvolvemento. Son elas, somos nós, as persoas consumidoras, as que temos a forza e a responsabilidade. E agora xa o sabemos.



© ARCHIVO CECI

34. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2012). “Es importante concienciar al consumidor europeo sobre lo que hay detrás de los productos”. comerciojusto.org/%E2%80%99Ces-importante-concienciar-al-consumidor-europeo-sobre-lo-que-hay-detras-de-los-productos-que-compra%E2%80%99D/



© WFTO

SELOS DE GARANTÍA

Nas primeiras etapas do Comercio Xusto, a confianza nas organizacións que o impulsaban era garantía suficiente do cumprimento dos seus criterios. Co paso do tempo e a medida que se ampliaba a súa implantación na sociedade, fóronse desenvolvendo selos de garantía, que finalmente permitiron ampliar os puntos de venda máis alá das organizacións e tendas especializadas e poder comercializar os produtos de Comercio Xusto a través de canles convencionais de venda.

O primeiro selo creouse en Holanda en 1988 co nome de Max Havelaar. Con posterioridade, fóronse creando outras iniciativas de certificación en distintos países. Finalmente, en 1997 a maior parte desas iniciativas unificáronse para constituír o **Selo Fairtrade**. Na actualidade, existen asociacións deste selo en 25 países, entre eles España, que se agrupan na organización Fairtrade International.

As asociacións nacionais encárganse de asesorar as empresas que queren vender produtos certificados de Comercio

Xusto e concédennles a licenza para o uso do selo. Todas as partes implicadas son auditadas regularmente por unha auditora independente. As asociacións tamén realizan actividades de difusión e fomentan que a cidadanía, as admi-

Os consumidores de Comercio Xusto son os que permiten que a maquinaria funcione



nistracións públicas e as empresas opten polos produtos de Comercio Xusto.

Por outra parte, a Organización Mundial do Comercio Xusto ten o seu propio selo, **WFTO Product Label**, que vai máis alá do cumprimento dos criterios do Comercio Xusto. O seu distintivo implica, ademais, que os produtos son comercializados por organizacións que traballan activamente na loita contra a pobreza e as desigualdades.

A Organización Mundial do Comercio Xusto tamén recoñece

outros selos: **Naturland Fair**, selo de Naturland, asociación alemá de agricultura orgánica que combina o Comercio Xusto coa agricultura orgánica en países do Sur e do Norte; **Ecocert-Fair**, organismo de control e certificación fundado en Francia en 1991, especializado na certificación de produtos de agricultura ecolóxica; Fair for Life, entidade suíza que certifica produtos de alimentación, cosméticos, téxtiles e servizos turísticos; e **Símbolo de Pequenos Produtores**, iniciativa lanzada en 2006 pola Coordinadora Latinoamericana e do Caribe de Pequenos Produtores de Comercio Xusto (CLAC).

MOBILIZACIÓN SOCIAL

A transformación social que, ao igual ca outras organizacións, impulsa o movemento do Comercio Xusto só é posible se existe unha cidadanía informada sobre as causas da pobreza e as desigualdades sociais e que tome conciencia do potencial da súa actuación, tanto desde a responsabilidade da cidadanía dun mundo global como desde o exercicio dun consumo crítico e responsable. De aí que a difusión e as campañas de sensibilización constitúan unha parte esencial das actividades que se realizan, co dobre obxectivo de fomentar un consumo

En España, durante o **Día Mundial do Comercio Xusto**, as organizacións que integran a Coordinadora Estatal sacan o Comercio Xusto á rúa para achegar á cidadanía as nosas reivindicacións e denuncias mediante actividades lúdicas, culturais e infantís no marco dunha campaña conxunta que cada ano se centra nun tema específico. En 2014, baixo o lema “Tira do fío”³⁵, centrouse no sector téxtil. En 2014, o protagonista foi o cacao³⁶, mentres que en 2013 o foi o azucre³⁷.

A iniciativa internacional **Cidades polo Comercio Xusto**³⁸ tamén ten presenza no noso país, da man da cooperativa IDEAS. Xa se sumaron a ela as cidades de Córdoba, León, Madrid, Laredo (Cantabria), Puerto Real (Cádiz) e Torrelavega (Cantabria); mentres que outras localidades como Albacete, Burgos, Huelva, Málaga, Cáceres, Zaragoza e Portugalete, están traballando para obter este distintivo que acredita o seu labor no fomento do Comercio Xusto nos diferentes ámbitos da cidade: administracións, comercios, empresas, centros educativos e tecido asociativo.

De igual modo, existen programas para implicar os centros educativos como Universidades polo Comercio Xusto e Centros Educativos polo Comercio Xusto.

Un dos trazos identitarios fundamentais do movemento do Comercio Xusto é a mobilización cidadá para avanzar en procesos de mellora global. A organización e participación en distintas actividades que teñan por obxectivo

responsable e de implicar a cidadanía en iniciativas de cambio social.

No ámbito internacional destaca o **Día Mundial do Comercio Xusto**, que desde que se instaurou en 2001 se realiza todos os anos o segundo sábado do mes de maio. É unha xornada na que se realizan actividades lúdicas, educativas e culturais para achegar o Comercio Xusto á cidadanía, pero que ten tamén un carácter reivindicativo, polo que denuncia prácticas inxustas no comercio internacional e dá a coñecer a alternativa que ofrece o Comercio Xusto. En 2014 organizáronse máis de 10.000 actividades en todo o mundo.

a concienciación e mobilización social é o común denominador de todas as organizacións de Comercio Xusto, promovendo charlas, debates, materiais divulgativos e exposicións, tanto para dar a coñecer as desigualdades que xera o comercio no ámbito internacional como a alternativa que ofrece o Comercio Xusto e o seu impacto nas comunidades máis desfavorecidas. É frecuente a participación doutros colectivos sociais e de personalidades do mundo da cultura, como, por exemplo, na exposición “Te damos 10 razones para consumir Comercio Justo”, realizada coa participación de 10 humoristas gráficos (Andrés Rábago *El Roto*, Alfonso López, Pilarín Bayés, Antonio Fraguas *Forges*, MEL, Malagón, JRMora, Idígoras y Pachi, Erlich y Ramón), que percorreu desde a súa creación todo o país.



© ARCHIVO CECJ

35. *Ibidem*.

36. *Ibidem*.

37. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2013). Caderno 2 de Comercio Xusto: comerciojusto.org/wp-content/uploads/2013/05/castellano-baja.pdf

38. Cidade polo Comercio Xusto. www.ciudadjusta.org

INCIDENCIA

As campañas de incidencia están dirixidas tanto a denunciar as políticas económicas que apuntalan os dereitos das multinacionais por diante das persoas e do medio ambiente como a promover iniciativas concretas cara a un mundo máis xusto e solidario. Dependendo do obxectivo, poden ir dirixidas a institucións e organismos internacionais, gobernos, partidos políticos, administracións públicas, empresas ou organizacións civís, sempre co denominador común de impulsar a participación cidadá para lograr os seus obxectivos. Algunhas campañas de ámbito internacional nas que se implicou o movemento do Comercio Xusto son:

Cidades polo Comercio Xusto, unha campaña internacional que xunta máis de 1100 cidades en máis de 20 países que traballan co obxectivo de promover o coñecemento do Comercio Xusto no ámbito local. A estratexia da campaña pasa por involucrar a todos os actores relevantes en materia de consumo da cidade co obxectivo de constituír un proceso continuo cara a unha maior implantación do consumo consciente e responsable. Para obter o distintivo de Cidade polo Comercio Xusto, unha localidade debe cumprir uns requisitos que garantan o seu apoio e participación activa na difusión e expansión do Comercio Xusto, coa implicación de administracións públicas, empresas, centros educativos, comercios, asociacións etc³⁹.

A compra pública ética é outro dos campos de actuación. Ademais de contribuír de maneira principal no crecemento económico da economía solidaria e o Comercio Xusto, é un

instrumento fundamental mediante o cal as administracións públicas asumen o seu papel exemplarizante ante a cidadanía na súa aposta por un modelo comercial máis xusto e equitativo. Fai referencia a que a contratación de bens e servizos por parte das administracións públicas se realice con base en criterios non soamente económicos, senón tamén sociais e ambientais. Incluír o Comercio Xusto na compra pública é, polo tanto, outro dos obxectivos das organizacións, así como lograr a elaboración de normativa que o facilite. Neste sentido, en 2014 o Parlamento Europeo aprobou unha directiva⁴⁰ sobre contratación pública que facilita a incorporación de produtos de Comercio Xusto e doutros produtos e servizos que prevexan determinados criterios sociais e ambientais.

A Campaña Roupa Limpa (CRL) é unha rede internacional de defensa dos dereitos humanos na industria de roupa e calzado deportivo⁴¹. Desde 1989, traballa polo respecto dos dereitos fundamentais e polo empoderamento das persoas traballadoras. As organizacións membro inclúen sindicatos e ONG que cobren un amplo abano de perspectivas e intereses, como dereitos humanos, incidencia política ou redución da pobreza. En Europa está presente en 17 países e, no ámbito mundial, colabora cunha rede formada por máis de 250 organizacións e sindicatos nos países produtores de roupa e con organizacións de defensa de dereitos laborais nos Estados Unidos, Canadá e Australia. SETEM é a organización que coordina a Campaña Roupa Limpa no Estado español desde 1997.

Vote for Fair Trade é unha iniciativa coordinada pola Oficina de Incidencia Política do Movemento do Comercio Xusto (FTAO) con sede en Bruxelas e un dos seus obxectivos é poñer en marcha actuacións conxuntas das organizacións europeas para introducir o Comercio Xusto na axenda das institucións da Unión Europea (UE)⁴².

Con motivo das eleccións ao Parlamento Europeo, que tiveron lugar en maio de 2014, coordinouse unha campaña dirixida ás persoas candidatas para solicitar o seu apoio a un modelo comercial e económico máis xusto que evite as desigualdades globais. As organizacións de Comercio Xusto recolleron as súas reivindicacións nun manifesto e solicitaron de forma conxunta a promoción dunha economía e un comercio que poñan as persoas no centro da súa actividade, así como o desenvolvemento dunha estratexia europea polo



© FAIR TRADE ADVOCACY OFFICE

39. Fairtrade Towns. www.fairtradetowns.org

40. *Ibidem*.

41. Campaña Roupa Limpia. www.ropalimpia.org

42. Vote for Fair Trade. www.fairtrade-advocacy.org/vote4ft-campaign

Comercio Xusto. Asinaron en apoio do manifesto 512 candidatas e candidatos, dos cales 118 resultaron elixidos como membros do Parlamento Europeo⁴³.

O movemento do Comercio Xusto segue traballando para que ese apoio se traduza en cambios nas políticas da UE. As organizacións de Comercio Xusto tamén se sumaron á

campaña en contra do Tratado Transatlántico de Comercio e Investimento (TTIP) ⁴⁴ que están negociando a Unión Europea e Os Estados Unidos. A aprobación deste tratado suporía unha volta máis no proceso de globalización económica que pon os intereses das empresas multinacionais por encima dos dereitos das persoas, das condicións laborais e da protección do medio ambiente. ●

No noso país, as iniciativas de incidencia teñen entre os seus obxectivos denunciar as prácticas económicas e comerciais inxustas, así como ofrecer orientacións concretas que poñan en primeiro lugar os dereitos das persoas e o respecto do medio ambiente.

Neste sentido, como froito da reflexión e do debate, o movemento do Comercio Xusto acordou un posicionamento común denunciando os acordos comerciais⁴⁵, motivo polo cal a CECX se sumou á campaña contra o TTIP⁴⁶, con base na necesidade de protexer os bens comúns dos países, así como os dos produtores e consumidores.

Pero tamén ofrecemos propostas para a promoción do Comercio Xusto, e conseguimos algúns apoios importantes tanto no ámbito internacional como no estatal, en calquera caso claramente insuficientes⁴⁷. En España, é interesante sinalar as propostas non de lei 2009 e 2012 que finalmente foron aprobadas polo Congreso dos Deputados, a Lei de cooperación ao desenvolvemento de 1998 onde se facía referencia específica ao Comercio Xusto ou o Plan director de 2005-2008, que recoñecía a importancia do Comercio Xusto como ferramenta de desenvolvemento.

No ámbito da compra pública ética, viñemos solicitando a incorporación do Comercio Xusto nos contratos e compras que realizan as administracións públicas, entre outros criterios sociais e ambientais. Na Lei de contratos no sector público de 2007 estableceuse por primeira vez o Comercio Xusto dentro dos criterios de compra pública, entre outras mencións á inclusión de criterios sociais e ambientais. Na actualidade, estamos traballando para que a transposición da Directiva 2014/24/UE facilite a incorporación de cláusulas sociais e ambientais nos contratos públicos.

A campaña de ámbito europeo Vote For Fair Trade (Vota Co-

mercio Xusto) tamén tivo presenza no noso país. O manifesto, que reclamaba un compromiso na lexislatura na defensa dos criterios do Comercio Xusto, foi asinando por oito candidatos de seis formacións políticas: PSOE, Izquierda Unida, Equo, Iniciativa per Catalunya Verds-Esquerra Unida i Alternativa, Podemos e Por un Mundo máis Justo.

As demandas desta campaña desenvolvéronse máis en profundidade no informe da Coordinadora Estatal de Comercio Xusto *¿Qué justicia comercial para qué Unión Europea?* ⁴⁸, no que se analizan os principais impactos da política comercial europea, así como as posibles alternativas. Neste informe, que foi enviado ás e aos candidatos ás eleccións ao Parlamento Europeo xunto co manifesto *Vote for Fair Trade*, arguméntase, por exemplo, como o modelo comercial da Unión Europea xera un agronegocio dominado por grandes empresas transnacionais que provoca sobreproducción, deterioración ambiental, prácticas de dumping e destrución da agricultura familiar e de pequena escala.

A Campaña Roupa Limpa deu os seus primeiros pasos no Estado español en 1997, coordinada por SETEM⁴⁹. Outras organizacións como Oxfam Intermón destacaron tamén por realizar campañas de incidencia como foron Comercio Xusto, Consumo Responsable e Comercio con Xustiza, que deron a coñecer entre a opinión pública as condicións laborais de traballadoras e traballadores dos países do Sur.

Por último, aproveitando as diferentes convocatorias a eleccións municipais, autonómicas e xerais, realizáronse campañas para que os partidos políticos inclúsen medidas concretas de apoio ao Comercio Xusto. Tal foi o caso, por exemplo, das últimas eleccións xerais realizadas o 20 de decembro de 2015, nas que se conseguiu o apoio de distintas forzas políticas ao decálogo de medidas para a promoción do Comercio Xusto⁵⁰.

43. O Parlamento Europeo está formado por un total de 751 membros.

44. Campaña #NoalTTIP. www.noalttip.org

45. "La CECJ frente a los Acuerdos Comerciales de la Unión Europea con los países en desarrollo" en *El Comercio Justo en España 2010*, CECJ, Madrid, 2011.

comerciojusto.org/wp-content/uploads/2013/08/cecj-frente-a-acuerdos-comerciales.pdf

46. *Ibidem*.

47. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. *Los apoyos institucionales al Comercio Justo*. comerciojusto.org/wp-content/uploads/2014/01/Apoyos-publicos-CJ.pdf

48. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2014). *¿Qué justicia comercial para qué Unión Europea?*

comerciojusto.org/publicacion/informe-que-justicia-comercial-para-que-union-europea

49. *Ibidem*.

50. Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (2015). *El Comercio Justo en los programas electorales*. comerciojusto.org/el-comercio-justo-en-los-programas-electorales

3

COMO NOS ORGANIZAMOS

Para o movemento do Comercio Xusto é fundamental o traballo en rede, o intercambio de experiencias, a participación común na busca de solucións aos retos globais, dimensións que se inclúen na actividade comercial pero que a desbordan. Por iso, as organizacións agrúpanse en redes tanto de ámbito internacional como nacional, desde as que xuntar criterios e garantir o seu cumprimento, facilitar mecanismos de transparencia, realizar accións de sensibilización e poñer en marcha campañas conxuntas.



No ámbito internacional, a **Organización Mundial de Comercio Xusto** é a rede máis representativa. Foi constituída en 2009 por distintas redes xa existentes, como IFAT e NEWS, e na actualidade está integrada por 359 organizacións de 79 países. As entidades que a integran tamén se agrupan en redes rexionais en África, Asia, Europa, América Latina e Pacífico, respectivamente.



© FAIRTRADE INTERNATIONAL

As organizacións membro deben pasar por un sistema de acreditación no que se avalía o seu cumprimento dos principios internacionais do Comercio Xusto. Este sistema de acreditación inclúe unha autoavaliación, unha auditoría externa e avaliacións por parte doutras organizacións membro. A membresía é revisada e controlada periodicamente.



Tamén se debe destacar a xa mencionada Oficina de Incidencia Política do Movemento do Comercio Xusto (FTAO), unha iniciativa conxunta de Fairtrade International, a Organización Mundial do Comercio Xusto e a súa rede europea. Con

base en Bruxelas, coordina o traballo de incidencia política no ámbito europeo. Realiza un seguimento das políticas da UE que poden afectar o Comercio Xusto e as relacións comerciais de forma máis ampla; mantén contacto co funcionamento da Comisión Europea, os membros do Parlamento e outras institucións da UE; dá a coñecer o movemento do Comercio Xusto e o seu posicionamento ante políticas específicas etc.

No ámbito estatal, as organizacións agrúpanse en plataformas nacionais, como é o caso no noso país da **Coordinadora Estatal de Comercio Xusto**.

Pola súa banda, as redes de organizacións produtoras chegan, máis ca ningún outro actor, un valor engadido na orientación do movemento do Comercio Xusto. Actualmente, estas redes organízanse tanto no ámbito estatal como rexional, sinalamos algunhas delas:

AMÉRICA LATINA E O CARIBE:

A Organización Mundial de Comercio Xusto de América Latina e O Caribe representa a 61 membros de 20 países.

A Coordinadora Latinoamericana e do Caribe de pequenos produtores de Comercio Xusto (CLAC) é unha rede que representa a 300 pequenas organizacións de produtores e asociacións de traballadores de 20 países da rexión.

ÁFRICA:

COFTA (Cooperation for Fair Trade in Africa) representa a 70 organizacións membro de 20 países africanos.

Fairtrade África reúne a 260 organizacións produtoras de 29 países.

ASIA:

A Organización Mundial de Comercio Xusto en Asia (WFTO-Asia) representa a 90 organizacións de 15 países.

A Rede de Produtores de Asia e Pacífico representa a 96 membros de 11 países.

A participación destas organizacións está directamente relacionada coa orientación do movemento do Comercio Xusto no seu conxunto, pero tamén coa defensa dos seus dereitos nos seus respectivos países, e convértense en importantes referentes activos nas súas comunidades.

Para o Comercio Xusto, a participación das organizacións produtoras é un dos principais elementos e, asemade, un dos grandes logros do movemento, ao que moitas veces non poden asociarse impactos positivos de tipo numérico. Non obstante, a súa importancia é máis esencial ca estes, xa que ten que ver coa construción de persoas e organizacións autónomas e empoderadas, en definitiva, coa construción de procesos que fagan posible seguir loitando xuntos por un mundo máis xusto.



© FAIR TRADE ADVOCACY OFFICE

■ COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO XUSTO



A Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (CECX) constituíuse en España en 1996. Pertence á Organización Mundial do Comercio Xusto e na actualidade está integrada por 29 organizacións. Encárgase de acreditar as organizacións e de verificar que cumpren os criterios establecidos, de acordo co sistema aprobado pola Organización Mundial do Comercio Xusto. Está rexida por unha Xunta Directiva formada por membros das organizacións que a integran e conta cun equipo técnico para a realización das súas actividades.

A CECX ofrece servizos e apoio ás organizacións membro, e canaliza tamén a comunicación e coordinación entre elas. Ademais, organiza actividades, xornadas e encontros para debater asuntos comúns e buscar posicionamentos compartidos por todo o movemento.

Outro dos seus obxectivos é investigar e xerar coñecemento arredor do Comercio Xusto. Entre as publicacións que realiza destacan a serie Cadernos de Comercio Xusto e os informes anuais de vendas, que ofrecen unha visión actualizada da evolución do sector. Ademais, dispón dun centro de recursos na súa web que constitúe unha biblioteca especializada en Comercio Xusto e consumo responsable, con máis de 500 publicacións, materiais didácticos e campañas.

A coordinadora representa o movemento ante organismos e institucións estatais e internacionais, e fortalece con iso a súa capacidade de interlocución. Organiza tamén actividades conxuntas, como a celebración do Día Mundial do Comercio Xusto, e favorece a relación e o establecemento de alianzas estratéxicas con outros movementos sociais.

No ámbito da difusión, facilita información aos medios de comunicación, elabora notas de prensa e convoca os periodistas, cos que mantén unha relación continuada, aos actos que se organizan. A presenza nas redes sociais é outra vía pola que a CECX achega a actualidade do Comercio Xusto á cidadanía, sen esquecer actividades presenciais como participación en charlas e debates ou a realización de exposicións.

Por último, no entendemento común de que o Comercio Xusto é un instrumento fundamental, pero non o único, para transformar o sistema económico e social no que vivimos, articulámonos con outras redes coas que compartimos obxectivos e valores. É o caso da nosa pertenza á Rede de Economía Alternativa e Solidaria (REAS), FIARE (Banca Ética) ou a sinatura de convenios de colaboración con outras organizacións, como a Asociación Xeral de Consumidores (ASXECO). Sabedores de que só traballando de maneira común poderemos facerlles fronte aos grandes retos aos que nos enfrontamos, seguiremos apostando por propostas colectivas, propias ao Comercio Xusto e á Economía Solidaria para conseguir facer deste planeta un lugar máis habitable e xusto para todos.



© IDEAS

4

SÚMATE AO COMERCIO XUSTO!

Son moitas as formas nas que podes ser parte do movemento do Comercio Xusto e contribuír a impulsar o seu crecemento. O noso potencial para a transformación social é enorme, pero aínda nos queda moito por facer. E tamén son moitas as maneiras nas que cada un de nós pode contribuír. Anímaste? A continuación indicámosche algunhas das moitas formas nas que podes involucrarte.

10 FORMAS DE APOIAR O COMERCIO XUSTO

1

COMPRA PRODUTOS DE COMERCIO XUSTO. Así contribúes de forma directa a que as persoas produtoras poidan vivir dignamente do seu traballo e mellorar as condicións sociais das súas comunidades. Consulta as tendas físicas especializadas e as tendas en liña. Cada vez máis, tamén podes encontrar produtos de alimentación certificados en herbolarios, tendas de alimentos ecolóxicos, supermercados, grandes superficies e establecementos de hostalería.



2

DIFUNDE O COMERCIO XUSTO entre a túa familia, amizades, na túa asociación, no teu traballo... Se tes un blog ou unha web, podes incluír un bñaner e tamén podes escribir sobre o Comercio Xusto. As redes sociais son outra excelente vía de difusión. Sigue a Coordinadora Estatal de Comercio Xusto e as organizacións que a integran e axúdanos a difundir información.



3

FAITE VOLUNTARIA OU VOLUNTARIO. As tendas especializadas de Comercio Xusto funcionan grazas á colaboración de persoas voluntarias. Tamén podes participar na organización de puntos de venda para achegar o Comercio Xusto a máis persoas. Busca o espazo que se adapta ás túas inquietudes e á túa dispoñibilidade, e participa.



4

APOIA CAMPAÑAS. Tanto a Coordinadora Estatal de Comercio Xusto como as súas organizacións membro teñen campañas en marcha que requiren a implicación da cidadanía para dalas a coñecer e apoiar os seus pedimentos.



5

ASÓCIATE A ALGUNHA ORGANIZACIÓN. A colaboración económica é fundamental para que as organizacións de Comercio Xusto dispoñan de medios suficientes para realizar o seu labor. Pero facéndote socia ou socio fas moito máis, xa que contribúes a que a base social que apoia o movemento sexa cada vez maior e a nosa voz teña máis peso ao contar cun maior apoio social.



6

INFORMA SOBRE O COMERCIO XUSTO. Se es periodista, axúdanos a dar a coñecer o Comercio Xusto e o seu gran potencial para impulsar a transformación cara a unha sociedade máis humana e máis xusta. Visita a sección Sala de Prensa da web da Coordinadora Estatal de Comercio Xusto e pídenos a información que precisas.



7

ORGANIZA CHARLAS E ACTIVIDADES DIDÁCTICAS SOBRE O COMERCIO XUSTO. Se es profesora ou profesor, podemos axudarche a organizar charlas e outro tipo de actividades, así como facilitarche materiais didácticos que che axudarán a introducir o Comercio Xusto na aula.



8

VENDE ARTIGOS DE COMERCIO XUSTO NA TÚA TENDA OU ESTABLECEMENTO DE HOSTALERÍA. Para iso, só tes que poñerte en contacto coas organizacións importadoras que son as que distribúen os produtos.



9

SE TES UNHA EMPRESA, podes facer o merchandising, os regalos de empresa ou os cáterings con produtos de Comercio Xusto. Tamén podes incorporar o café e outros produtos de Comercio Xusto á cafetería da túa empresa ou ás máquinas expendedoras.



10

SE TRABALLAS NA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, podes promover que se apoie o Comercio Xusto impulsando a súa inclusión nos criterios de compra pública ética, organizando actividades de difusión etc. Tamén podes solicitarlle ao teu concello que apoie actividades de sensibilización, como o Día Mundial de Comercio Xusto, ou que promova a compra e inserción de produtos de Comercio Xusto mediante a inclusión de criterios éticos nas compras e contratos da Administración.



“O Comercio Xusto é un sistema comercial baseado no diálogo, a transparencia e o respecto, que procura unha maior equidade no comercio internacional prestando especial atención a criterios sociais e medio ambientais. Contribúe ao desenvolvemento sostible ofrecendo mellores condicións comerciais e asegurando os dereitos de produtores/as e traballadores/as desfavorecidos, especialmente no Sur.”

Definición da Organización Mundial do Comercio Xusto



Seguídenos en:



www.facebook.com/CEComercioJusto



[@CEComercioJusto](https://twitter.com/CEComercioJusto)



www.linkedin.com/company/coordinadora-estatal-de-comercio-justo



[CEComercioJusto](https://www.youtube.com/CEComercioJusto)

Co apoio de:



cooperación
española