

CJ

QUADERN DE COMERÇ JUST

Núm. 1 | Maig 2012

DIA MUNDIAL DEL
COMERÇ
JUST

PER GAUDIR
D'UN BON CAFÈ
NO CAL QUE
ACABI MOLT
NINGÚ



Edició: Coordinadora Estatal de Comerç Just (www.comerciojusto.org)

Redacció: Gonzalo Donaire

Fotografies: Coordinadora Estatal de Comerç Just, Pablo Cambert

Maquetació: Advantia Comunicación Gráfica

Impressió: Advantia Comunicación Gráfica

Madrid, maig de 2012



Aquesta obra es troba sota una Llicència Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0).
Per a veure una còpia d'aquesta llicència, visiteu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Aquest quadern, així com la campanya en què s'emmarca, formen part d'un projecte finançat per l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional per al Desenvolupament (AECID). El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva dels seus autors i autores i no reflecteix necessàriament l'opinió de l'AECID.



Nota sobre el llenguatge inclusiu:

En aquest document, igual que en tots els materials i pràctiques de la Coordinadora Estatal de Comerç Just, es presta especial atenció a la utilització d'un llenguatge inclusiu i d'un enfocament transversal de gènere. Generalment i sempre que sigui possible, s'alterna el masculí i el femení (exemple: "les productores i els productors") o es recorre a termes lingüísticament neutres ("persones", "ciutadania"). Excepcionalment, quan per motius de redacció i/o comunicació aquests recursos resulten menys evidents, s'utilitza el masculí plural lingüístic en el mateix sentit inclusiu. Això és, no referit únicament al gènere masculí.

Índex

INTRODUCCIÓ	2
1 EL CAFÈ I EL COMERÇ JUST: una combinació necessària	3
2 EL CAFÈ: un producte quotidià en perspectiva mundial	8
3 QUÈ POTS FER TU	14
4 ENLLAÇOS D'INTERÈS per a ampliar la informació sobre el Comerç Just i la campanya	16

Introducció

El Comerç Just

“**E**l Comerç Just és un sistema comercial basat en el diàleg, la transparència i el respecte, que busca una major equitat en el comerç internacional prestant especial atenció a criteris socials i mediambientals. Contribueix al desenvolupament sostenible oferint millors condicions comercials i assegurant els drets de productors/es i treballadors/es desfavorits/ides, especialment al Sud.”

Definició de l'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO)

Actualment, més de 1,5 milions de productors i productores participen en l'elaboració d'aliments, artesanies i altres productes de Comerç Just, la qual cosa indirectament beneficia a 5 milions de persones en més de 50 països del Sud.

La Coordinadora Estatal de Comerç Just (CECJ)

És la plataforma que agrupa a 30 organitzacions vinculades al Comerç Just que realitzen tasques d'importació, venda final i/o sensibilització a l'Estat espanyol. El seu treball està centrat a potenciar aquest sistema comercial alternatiu i solidari i donar servei a les entitats membre. La CECJ forma part de l'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO).

La finalitat de la CECJ és la transformació de la realitat social i les regles del comerç internacional a través de la incidència en les polítiques públiques, la sensibilització i la mobilització de la societat i l'enfortiment del sector de Comerç Just.

La nostra campanya

La CECJ ha posat en marxa una campanya informativa, l'eslògan de la qual titula aquest informe i inspira al 2012 la celebració, el 12 de maig, del Dia Mundial del Comerç Just: “Per gaudir d'un bon cafè no cal que acabi molt ningú”.

La campanya es compon dels materials següents:

- Espot (30 segons)
- Bàner
- Falca (20 segons)
- Signatura de correu electrònic
- Anuncis per a premsa
- Cartell per a mobiliari urbà

Han estat elaborats en els 4 idiomes oficials i poden ser descarregats des del web: www.comerciojusto.org/campana-es-justo-lo-que-necesitamos

El nostre objectiu és posar en relleu la importància **de consumir productes que garanteixin els drets no tan sols dels consumidors sinó també de les persones que els elaboren**, perquè el Comerç Just assegura que reben un salari digne i que treballen en unes condicions laborals adequades. En altres paraules: sense que acabi molt ningú.

1. El cafè i el Comerç Just: una combinació necessària

Hem pres el cafè com a exemple i eix conductor d'aquesta campanya i del document que ara tens entre les mans. L'elecció no és gratuïta ni aleatòria: el cafè és avui en dia un producte de consum massiu i quotidià. De fet, és el segon producte primari legal de major comercialització en el mercat mundial, superat únicament pel petroli. Cada any es consumeixen aproximadament 600.000 milions de tasses de cafè en tot el món, això és 1.644 milions de tasses al dia. Només a Espanya es consumeixen anualment quasi 200 milions de quilos de cafè.

A més, el cafè és el vaixell almirall del Comerç Just, el producte més venut i més conegut d'aquest moviment d'economia social i solidària. El 2010 les vendes de cafè de Comerç Just a Espanya van facturar un total d'11 milions d'euros i van representar la meitat de les vendes totals de productes de Comerç Just. D'aquesta manera, el cafè és un ambaixador privilegiat per a les persones consumidores, cada vegada més preocupades per l'impacte de les seves compres i per les conseqüències de les injustes regles que caracteritzen el comerç internacional, i compromeses amb els principis i pràctiques que defèn el Comerç Just.

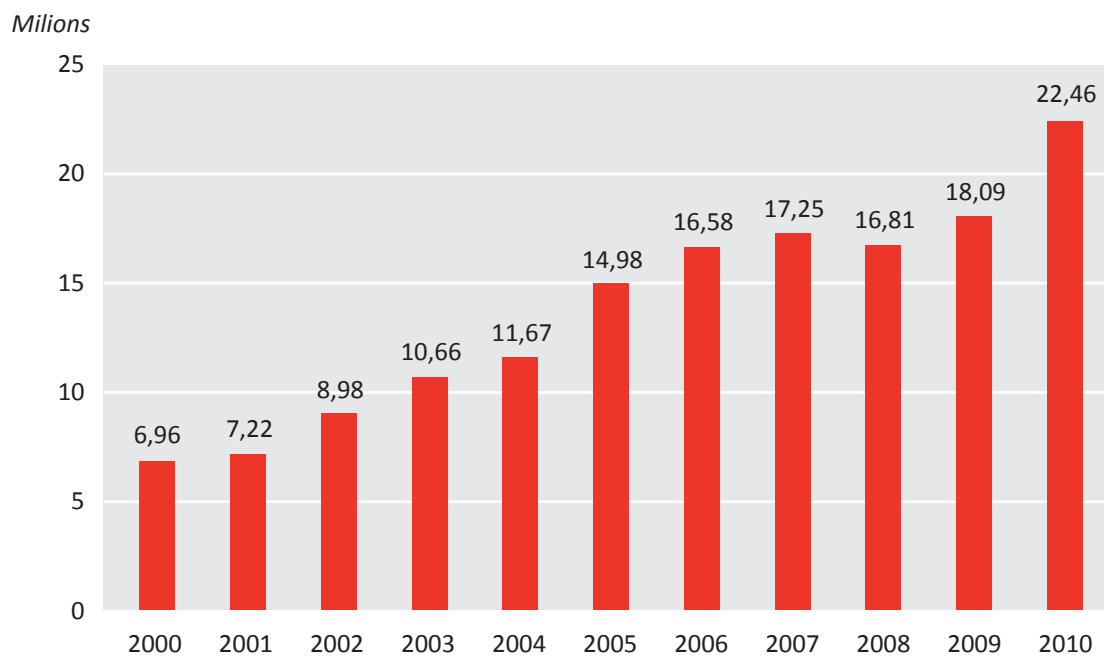
El mercat del cafè mou quantitats astronòmiques en tot el món, ja sigui pel nombre de cultius i volum de les collites, els ingressos per comercialització, els impactes sobre els diferents actors implicats, la població contractada o el consum final. Un mercat globalitzat i desregulat caracteritzat per una competència salvatge, social i mediambientalment insostenible, sotmesa a l'especulació i volatilitat d'uns preus en origen que ni tan sols representen una ínfima part del preu que finalment paguem per una tassa de cafè. Un mercat ple d'intermediaris i controlat per unes quantes firmes transnacionals, on la veu dels milions de petits productors/productores en origen és ignorada sistemàticament.

I davant d'això, el Comerç Just es presenta com a alternativa real, pràctica i viable, tal com ve defenent i demostrant des de fa quasi mig segle: una aposta pel cultiu respectuós amb els cicles de la terra i amb la biodiversitat; un suport decidit a la dignitat, mètodes i capacitats productives dels i de les agricultores del Sud i de les seves formes d'autoorganització democràtiques; una relació comercial alternativa, justa, horitzontal i estable en el temps, on totes les veus són escoltades i tingudes en compte; unes condicions de treball i salaris dignes i equitatius per a homes i dones, que combatin l'explotació laboral i el treball infantil, i que fomentin el desenvolupament social de les seves comunitats.

Cada any es consumeixen aproximadament 600.000 milions de tasses de cafè en tot el món, això és 1.644 milions al dia. Només a Espanya es consumeixen anualment quasi 200 milions de quilos de cafè

Vendes totals de productes de Comerç Just a Espanya

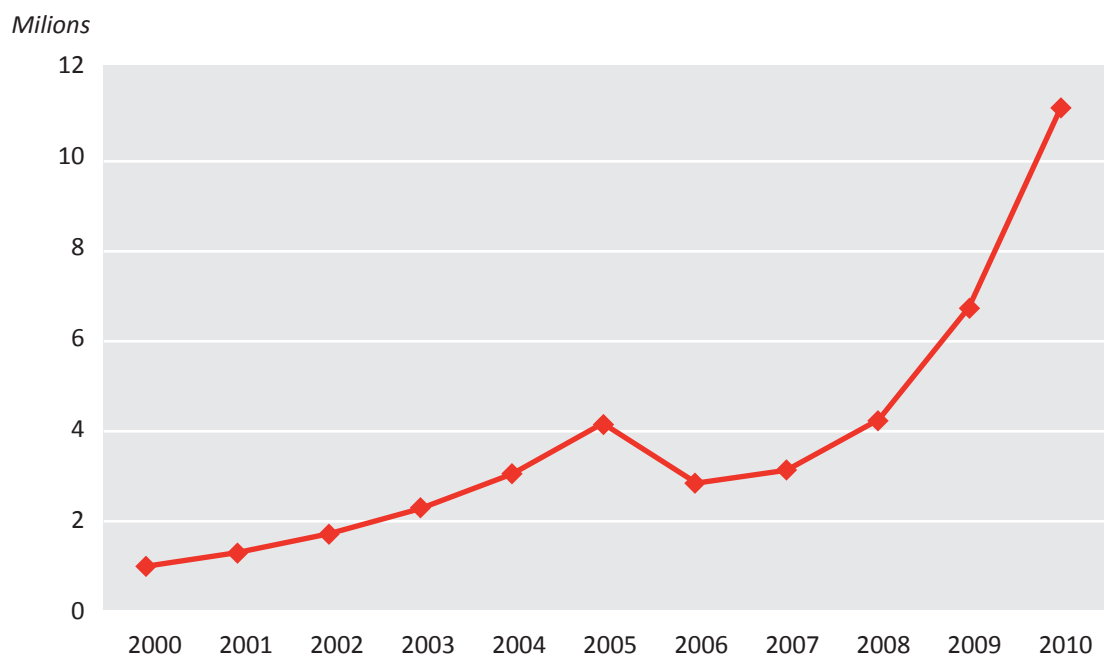
Evolució 2000-2010. Milions d'euros



Font: Coordinadora Estatal de Comerç Just¹

Vendes de cafè de Comerç Just a Espanya

Evolució 2000-2010. Milions d'euros



Font: Coordinadora Estatal de Comerç Just²

Nota: Aquestes xifres són una estimació aproximada

¹ Coordinadora Estatal de Comerç Just, 2011

² Coordinadora Estatal de Comerç Just, 2011

Aquest quadern i la campanya en on s'emmarca busquen visibilitzar les regles injustes i pràctiques que caracteritzen avui en dia el comerç del cafè, enfront de les quals el cafè de Comerç Just, i per extensió el conjunt d'aquest moviment, sorgeix com un clar reflex d'altres formes de comerciar i consumir amb justícia, tan possibles com necessàries. I una bona manera d'aconseguir aquest objectiu és veure en què es diferencia un cafè convencional d'un de Comerç Just; com es tradueixen aquests principis i pràctiques que persegueix i defèn el Comerç Just en el cas concret d'un producte tan quotidià i pròxim com una tassa de cafè. Continua llegint i descobreix les diferències!

Comerç Just és

- Preu just
- Prepagament i estabilitat
- Equitat de gènere
- Contra l'explotació infantil
- Autonomia, funcionament democràtic i drets laborals
- Producció ecològica
- Qualitat

Preu just

El Comerç Just estableix un preu de compra que contempla els 'costos ocults' implícits i les externalitats derivades de la producció, remunera dignament el treball i integra criteris de justícia social, equitat de gènere, sostenibilitat mediambiental i desenvolupament comunitari (educació, sanitat, infraestructures, etc.). En lloc de venir completament imposat des de fora, aquest preu es negocia entre les diferents parts implicades a partir d'una anàlisi integrada de costos reals que té en compte el preu internacional de referència.

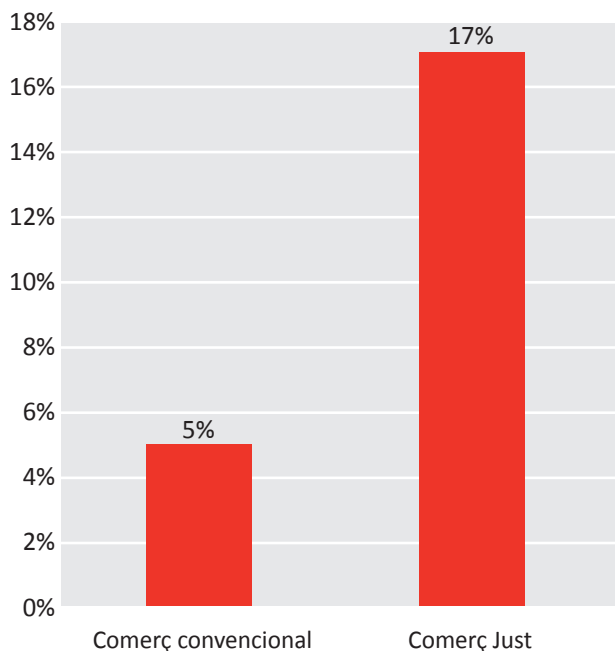
El Comerç Just assegura als i a les productores i productors un preu mínim de compra que garanteix unes condicions de vida i treball dignes, a més del compliment dels principis que propugna. Aquesta pràctica és especialment important en moments on el preu de referència del mercat internacional es desploma i descendeix per sota, fins i tot, del cost de producció i subsistència, la qual cosa obliga a moltes famílies a debatre's entre la fam i l'endeutament. Fa una dècada,

durant els anys de la 'crisi del cafè', el Comerç Just pagava un preu mínim molt superior al del mercat, el que el convertia en un refugi i alternativa contra l'empobriment.

Quan el preu de mercat supera el preu mínim garantit pel Comerç Just, aquesta clàusula s'anul·la i es respecta el de referència. Tot i així, el Comerç Just aplica generalment una 'prima de desenvolupament' que complementa aquest preu quan es considera que no cobreix els costos reals d'un treball digne ni els criteris compartits.

Significa això que el preu final dels productes de Comerç Just es veu incrementat? No necessàriament. El que augmenta és el marge d'aquest preu final que repercuteix en les productores i els productors, molt superior al percentatge que reben els qui venen el seu cafè en el mercat convencional. Complementàriament, la reducció del nombre d'intermediaris i de costos de publicitat, i la renúncia de la resta d'actors a obtenir marges de benefici desorbitats permet de compensar aquest major preu pagat en origen. Un preu just no és necessàriament un preu més alt per a qui consumeix, sinó un preu més digne per al productor en origen. Un preu que ens assegura que ningú no ha acabat molt perquè d'altres gaudim d'un bon cafè.

Quin percentatge del preu de venda final del cafè reben les productores i els productors?



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Plataforma Francesa de Comerç Just³

³ Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2007

Prepagament i estabilitat

El Comerç Just avança anticipa part del pagament (de vegades més de la meitat del preu final pactat) abans fins i tot de començar la collita, la qual cosa permet a les productores i els productors finançar les inversions que requereixin (noves llavors, reposicions de materials, etc.) sense tenir de recórrer als canals habituals de crèdit, generalment tancats o amb condicions abusives.

Les importadores de Comerç Just estableixen amb els productors i les productores de cafè compromisos de compra futura del seu gra, així com la permanència d'aquesta relació comercial al llarg de diversos exercicis. Així doncs, quantitats i preus queden fixats per endavant.

Un preu just, estable, amb prefinançament i estabilitat en el temps són característiques fonamentals del Comerç Just i que es troben a les antípodes de l'especulació, volatilitat i inestabilitat, tan habituals pròpies del mercat globalitzat i de les injustes regles que regeixen el comerç internacional.

Equitat de gènere

Igual que en la majoria dels treballs lligats a la terra, les dones acostumen ocupar-se de quasi totes les tasques de manteniment de les parcel·les familiars i collita del cafè. No obstant això, la seva participació en les decisions productives i els seus ingressos derivats d'aquestes tasques són molt inferiors als que reben els homes. Aquests no són més que exemples de la seva condició subalterna estructural: en tot el món, les dones són propietàries únicament de l'1% de les terres, mentre que representen el 70% de persones que es troben per sota del llindar de pobresa.

El Comerç Just és conscient d'aquesta doble discriminació que pateixen les agricultores i productores als països empobrits. D'ací que des dels seus inicis hagi fet de la perspectiva de gènere un enfocament indissociable de la seva lluita per un món més just. Amb aquest objectiu ha impulsat associacions de dones productores, projectes d'empoderament i capacitació, línies de crèdit específiques, equiparació de salaris per tasques semblants, etc.

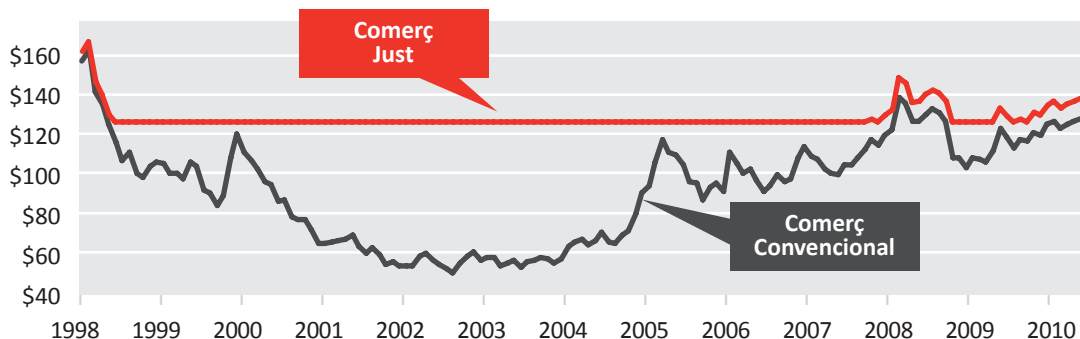
Contra l'explotació infantil

Segons l'Organització Internacional del Treball, dels 350 milions de nens, nenes i adolescents que treballen a tot el món, el 70% pateix algun tipus d'explotació laboral. La collita de cafè és un dels treballs on solen ser contractats habitualment, així com l'elaboració de molts altres articles i béns que solem consumir diàriament. S'estima que la mà d'obra infantil representa entorn del 10% del treball realitzat en les plantacions de cafè, que tenen com a destinació el mercat mundial. La mà d'obra infantil, com associada a la duresa de les condicions de treball a què són sotmesos els i les menors (pitjor o nul·la remuneració, tasques més ingrates, jornades de fins a 12 hores), augmenten especialment durant la temporada alta de collites (recol·lecció).⁴

El Comerç Just lluita contra tot tipus d'explotació, especialment la infantil. Un dels requisits irrenunciables per tal que una organització i els seus productes siguin considerats de 'Comerç Just' és que en la seva elaboració cap menor hagi patit alguna de les pràctiques tipificades internacionalment com a explotació econòmica, així com qualsevol treball que comporti riscos, sigui susceptible d'interferir en la seva educació o de danyar la seva salut i desenvolupament físic, mental o social. A més d'excloure

Preu del cafè Aràbiga en la borsa de Nova York

Evolució 1998-2010. USD/quintar



Font: Intermón Oxfam

El preu mínim: una garantia d'estabilitat contra la caiguda de preus
La prima de desenvolupament: un complement just al preu del mercat

⁴ IDEAS, 12/2004

aquestes pràctiques, el Comerç Just recolza el desenvolupament econòmic i social de les comunitats productores, impulsant projectes educatius i d'escolarització i assegurant uns ingressos dignes, trencant així molts dels cercles viciosos que generalment solen estar darrere del recurs al treball infantil.

Consumint productes de Comerç Just no tan sols tindràs garantit que la seva producció ha estat exempta de tota mena d'explotació laboral infantil, sinó que a més estaràs recolzant unes condicions de vida digna per a milions de petits productors i, concretament, així com una infància digna per als membres més joves de les seves comunitats.

Autonomia, funcionament democràtic i drets laborals

La posada en valor de les capacitats productives dels camperols i camperoles del Sud, el respecte per les seves pròpies pràctiques de conreus o el suport a les formes d'autoorganització democràtica de les unitats de producció són principis fonamentals del Comerç Just. En el cas de petites unitats productives, moltes d'elles de caràcter familiar, això es tradueix en l'impuls de formes d'associació cooperatives. Però en les grans plantacions on les agricultores i els agricultors mantenen una relació assalariada, el Comerç Just advoca per la defensa dels drets fonamentals de les persones treballadores: lliure associació i organització sindical, salut ocupacional, capacitat bàsica, etc.

Producció ecològica

El cafè és un dels productes agrícoles de cultiu que utilitza més pesticides, molts d'ells especialment tòxics per a la salut humana i el medi ambient. El cafè de Comerç Just, no obstant això, no usa ni productes químics sintètics ni transgènics, respectant els cicles de la terra i la sostenibilitat del seu entorn. A més de beneficis per al medi ambient, una producció més ecològica i respectuosa amb la naturalesa, redueix enormement els riscos derivats de l'ús de productes químics agressius als quals solen estar exposades les persones que treballen a les plantacions de cafè: intoxicacions, cremades, malalties pulmonars i de la pell, riscos cancerígens, etc.

L'exclusió de pesticides i altres productes químics agressius comporta una major dedicació al camp, tant en temps com en esforç i així com l'ús d'eines addicionals. D'una banda, això implica una major utilització de mà d'obra, la qual cosa genera més ocupació; però de l'altra encareix el cultiu i la collita de cafè i, en conseqüència, pot repercutir en el seu preu final. No obstant això, quan trobem un paquet de cafè de Comerç Just de producció ecològica, en lloc de pensar que supera lleugerament el preu mitjà del mercat, preguntem-nos: quin preu estem

S'estima que la mà d'obra infantil representa entorn del 10% del treball realitzades en les plantacions de cafè, que tenen com a destinació el mercat mundial

pagant, en termes socials i mediambientals, per altres a preus més baixos? A quin altre model de producció i comerç més just i sostenible podem contribuir pagant el seu preu just?

Qualitat

Igual que la resta de productes, el cafè de Comerç Just compta amb una qualitat mitjana superior a la que podem trobar en el mercat. A més, en molts casos els cafès de Comerç Just compten amb certificacions complementàries que avalen el seu caràcter ecològic.

És igual d'imprescindible comparar el cafè de Comerç Just amb un cafè *gourmet* que amb un cafè de gamma baixa. En el primer cas, el preu elevat es justifica en gran manera per la imatge de marca o el prestigi que associem al producte, normalment a partir de la publicitat; en el segon, el baix preu s'obté a costa de la qualitat i condicions mínimes de producció. Si estem disposats a pagar quantitats desorbitades per una marca que apel·la a valors afegits superflus, no podríem també estar disposats a pagar un preu just i raonable per una garantia de qualitat i respecte per la justícia social i la sostenibilitat del Planeta, valorant així el major cost que implica aquesta garantia?

2. El cafè: un producte quotidià en perspectiva mundial

Característiques principals

D'on procedeix el cafè? Què hi ha darrere de cada tassa que ens prenem? Tornem a fer el camí que fa el cafè abans d'arribar a les nostres mans en forma de beguda fumejant. Viatgem a l'origen del cafè.

El cafè (*Coffea*), pertanyent a la família botànica *Rubiaceae*, és una planta tropical que creix entre els 25° de latitud Nord i els 25° de latitud Sud. Per al seu cultiu comercial precisa d'unes condicions ambientals molt concretes en termes de temperatura, pluja, sol, vent i sòl, sempre en funció de la varietat que es cultivi.⁵

Des del punt de vista econòmic, les dues espècies més importants són:

- el cafè Aràbica (*Coffea arabica*), responsable de més del 60% de la producció mundial i cultivat a tot Llatinoamèrica, Àfrica Central i Oriental, Índia i en menor grau a Indonèsia;
- i el cafè Robusta (*Coffea canephora*), que es cultiva a l'Àfrica Central i Occidental, al Sud-est asiàtic i en menor proporció a Brasil.

Producció, comerç i consum

La collita de cafè de 2011 va superar els 132 milions de sacs (de 60 quilos cadascun normalment), el que suposa quasi 8.000 milions de quilos en tot el món. Algú pot imaginar-se 8 milions de tones de cafè juntes? Per tal de fer-nos ens fem una idea aproximada, pesen més que 25 gratacels de 100 plantes!

El cafè es cultiva en més de 70 països diferents. Els principals productors són Brasil (33% de la producció mundial), Vietnam (14%), Etiòpia (7%), Indonèsia (6%) i Colòmbia (6%). Aproximadament el 70% de la producció mundial de cafè es destina a l'exportació. Brasil i Vietnam junts són actualment l'origen de la meitat de les exportacions de cafè del món. La Unió Europea (66%) i EUA (23%) són els principals importadors. No obstant això, moltes vegades aquest cafè importat després es reexportat a altres regions.

Si atenem al seu consum real final, observem que el 30% de la producció es queda als països d'origen. És a dir, no s'exporta al mercat internacional. Brasil és, també a més del gran productor, el segon consumidor mundial: consumeix el 14% del cafè que es produeix a tot el món, només superat per EUA (16%).

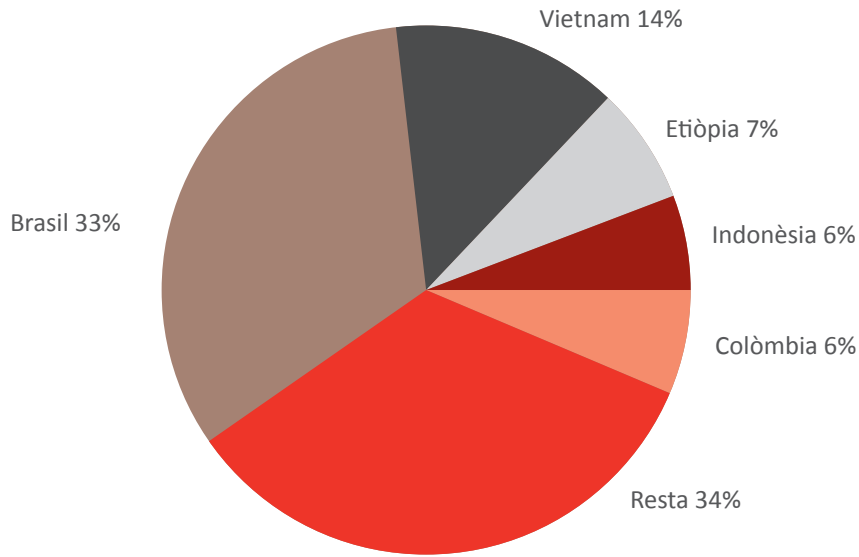
La Unió Europea consumeix el 30,4% del cafè produït al món. És a dir, menys de la meitat del que importa, jugant un paper destacat com a intermediari (generalment important el cafè en gra i reexportant-lo una vegada processat i empaquetat, obtenint d'aquesta manera el gros del seu valor afegit). Entre els seus Estats membre, les cinc grans economies són també els principals consumidors: Alemanya (6,9%), França (4,4%), Itàlia (4,3%), Espanya (2,4%) i Regne Unit (2,3%). Altres grans consumidors són Japó (5,3%), Rússia (2,7%) o Canadà (2,7%).

I més enllà de les quantitats totals, les xifres de consum per habitant ens mostren que els més aficionats al cafè són els finlandesos (consumeixen 12 quilos per persona a l'any), seguits dels noruecs (9,9) i els islandesos (9).

⁵ La majoria de la informació i xifres d'aquest apartat provenen de l'Organització Internacional del Cafè

Principals països productors de cafè

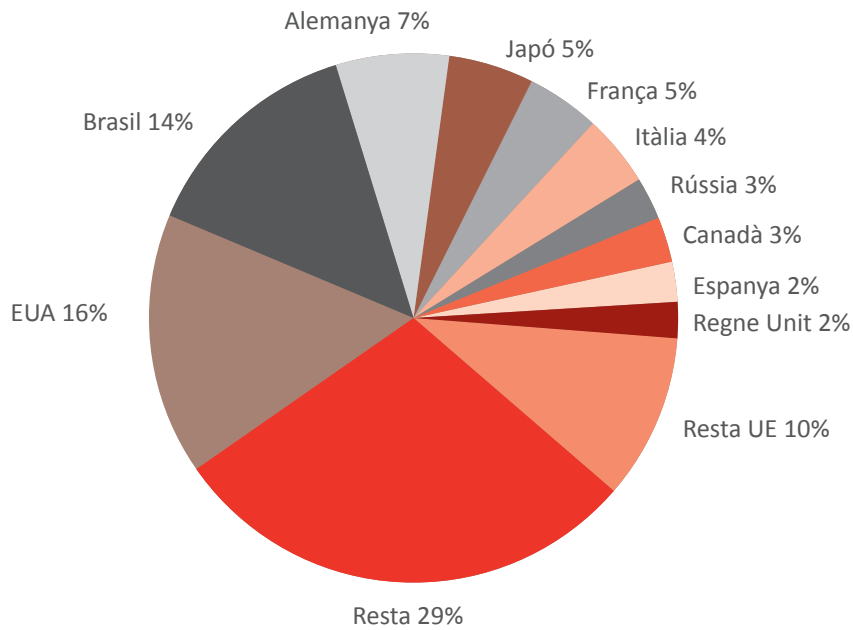
2011. % sobre volum total



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Internacional del Cafè

Principals països consumidors de cafè

2011. % sobre volum total



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Internacional del Cafè

Comerç i consum de cafè a Espanya

De mitjana, cada habitant va consumir 4,3 quilos durant 2010, la qual cosa ens situa en el lloc 23 del rànquing mundial⁶. Ara bé, les xifres del comerç espanyol de cafè són en gran mesura representatives del paper que juguen molts països del Nord en aquest mercat internacional. Vegem com i per què.

L'any 2010 Espanya va importar 300 milions de quilos de cafè, dels quals va reexportar una mica més de 100 milions. A més de representar més d'un terç del total, aquest paper de 'intermediari' amaga altres 'valors afegits': mentre que la pràctica totalitat (89%) del cafè importat va arribar en forma de gra verd, només es va tornar a exportar sota aquesta forma el 24%, sent predominant la venda a l'exterior de cafè soluble (69% del total exportat). D'aquesta manera, s'importa una primera matèria a un preu baix i, una vegada manufacturada (torrada, empaquetada, etc.), reexportar-la com a producte elaborat a preus més elevats. El gros del valor afegit es queda al país intermediari i en el que realitza la venda final, mentre que els països productors tan sols reben un petit marge del preu final que es paga pel cafè cultivat. Un exemple concret, un de més que evidencia un sistema comercial i unes relacions comercials injustes i desequilibrades.

El gros del valor afegit es queda al país intermediari i al que realitza la venda final, mentre que els països productors tan sols reben un petit marge del preu final que es paga pel cafè cultivat

Consum de cafè per habitant

Quilos per persona a l'any

	País	Kg/habitant
1	Finlàndia	12,0
2	Noruega	9,9
3	Islàndia	9,0
4	Dinamarca	8,7
5	Holanda	8,4
6	Suècia	8,2
7	Suïssa	7,9
8	Bèlgica i Luxemburg	6,8
9	Bòsnia i Hercegovina	6,2
10	Àustria	6,1
11	Itàlia	5,9
12	Eslovènia	5,8
13	Brasil	5,8
14	Canadà	5,7
15	Alemanya	5,5

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de World Resource Institute

Nota: Les dades es refereixen a 2008 excepte Brasil (2009) i Islàndia i Canadà (2006)

⁶ Organització Internacional del Cafè

Al voltant de 125 milions de persones viuen del cafè a tot el món

Formes de producció, treball i repartiment

La producció de cafè dóna treball directament a 25 milions de persones a tot el món, la majoria petits camperols i camperoles i empreses familiars, procedents tots de zones tropicals o subtropicals de països empobrits de la perifèria. Sumant tots els treballs relacionats directament i indirecta amb el seu conreu, manipulació i comercialització, a més de les persones a càrrec d'aquests treballadors (familiars, etc.), aquesta xifra es multiplica: al voltant de 125 milions de persones viuen del cafè. El 70% de la producció mundial es realitza en camps de menys de 10 hectàrees, sent majoritaris aquells que van d'una a 5 hectàrees.

A més dels grans països productors, hi ha d'altres amb menors volums totals de collita però amb uns nivells relatius de dependència molt més grans: en la regió africana dels Grans Llacs, per exemple, les economies de Rwanda, Uganda o Burundi depenen fins en un 80% de l'exportació de cafè al mercat mundial.

El cas d'Uganda és especialment il·lustratiu: el 97% del cafè ugandès és produït per 500.000 famílies pageses, en petites parcel·les, intercalat amb altres cultius per al consum familiar.⁷

Un altre exemple: la lliura (quasi mig quilo) de cafè procedent de la província etiop de Sidamo es pot arribar a vendre fins a 15 euros en establiments comercials del Nord, mentre que els 1,2 milions de petits productors i productores responsables de la seva collita reben menys de 2 euros al dia pel seu treball, poca cosa més del cost d'una tassa de cafè.⁸

No obstant això, aquesta dispersió i precarietat de les petites unitats responsables de l'etapa de conreu i recollida contrasta completament amb la resta de la cadena comercial: cinc grans empreses transnacionals controlen el gruix del mercat del cafè mundial. Les dos principals copen, de fet, el 50% del total⁹. Són aquestes entitats les que compren el cafè verd en gra, el manipu-

len i el distribueixen. Al controlar les etapes intermèdies i finals de la cadena comercial, obtenen la major part del valor afegit d'una indústria que genera 52.000 milions d'euros cada any, dels quals només el 20% es queda als països d'origen i menys del 10% arriba als productors/es.¹⁰

Mig quilo de cafè etiop es pot arribar a vendre fins a 15 euros en establiments comercials del Nord, mentre que els petits productors reben menys de 2 euros al dia pel seu treball

El preu del cafè: una altra muntanya russa del mercat mundial

El cafè és un dels productes primaris el preu del qual es mostra més volàtil: al llarg del mateix any pot arribar a sofrir increments i descensos de més del 20%; i d'un any per a l'altre, les variacions s'assemblen a una muntanya russa. Després de caure i recuperar-se al llarg de la dècada de 1990, entre 1998 i 2001 el preu mitjà (de les diferents varietats de cafè comercialitzades) es va reduir dràsticament a la meitat i es va mantenir així durant diversos anys fet que es coneix com 'la crisi del cafè': el preu va caure per sota del cost de producció, empobrint encara més als qui el produeixen) per a, a continuació, multiplicar-se per més de quatre.

⁷ Intermón Oxfam, 2011

⁸ SODEPAZ, 2008

⁹ Daviron, Benoit i Stefano Ponte, 2005

¹⁰ SODEPAZ, 2008

Però, sempre ha sigut així d'instable? No sempre. Fem una mica d'història. En un intent per controlar i limitar les fluctuacions intrínseques als productes primaris, els principals països productors van firmar el 1962 el primer de diversos Acords Internacionals del Cafè (AIC). Aquests acords establien un sistema de quotes d'exportació amb l'objectiu de controlar l'oferta internacional de cafè i, per tant, mantenir estable el seu preu. No obstant això, diversos fracassos puntuals i l'enorme pressió desreguladora provinent dels països enriquits no productors van acabar per trencar aquest sistema el 1989. Des de llavors, el preu del cafè fluctua novament segons la llei de l'oferta i la demanda, en un mercat cada vegada més desregulat, globalitzat i *finançaritzat*.

La fallida i renúncia a una regulació multilateral del mercat del cafè no només va tenir efectes sobre el preu internacional, sinó també sobre la quantitat i qualitat de la seva oferta: en absència d'un marc regulador comú, a partir de 1990 es va iniciar una competició per augmentar els conreus i copar el mercat. Un bon exemple és Vietnam: amb un conreu de cafè pràcticament inexistent fins a la dècada de 1980, va introduir i va impulsar massivament la seva producció, i des de llavors ha conegut un creixement exponencial que li ha portat a situar-se actualment en la segona posició mundial, només superat per Brasil. Aquest últim tampoc s'ha quedat enrere: en les últimes dècades Brasil ha incrementat dràsticament la superfície de plantació de cafè. Aquesta competició internacional està provocant diversos efectes perversos: situacions recurrents de sobreproducció (cada vegada són més comunes les collites que excedeixen a la demanda i consum reals, pressionant els preus a la baixa), caiguda de la qualitat mitjana del producte i expansió del monocultiu. Així, doncs, els costos sobre la sobirania alimentària, la biodiversitat i el medi ambient se sumen als impactes econòmics i socials d'un mercat desregulat sotmès als vaivens de l'oferta i la demanda, on no totes les variables provenen de l'economia real.

Però, per què varia tant el preu del cafè? Com i qui l'estableix? El preu internacional de referència del cafè es fixa en els mercats de futurs. Tot i que n'hi ha d'altres, com el de Londres, el principal mercat és el de la borsa de Nova York. Allí, els corredors de borsa actuen com a intermediaris entre exportadors i importadors, negociant opcions de compra i venda sobre collites futures, sense mai arribar a veure el gra de cafè.

Si bé és cert que la cotització del cafè depèn en part de factors lligats al producte en si mateix (qualitat i quantitat de les collites, plagues, factors externs de tipus climàtic, etc.), intervenen també altres variables que no són en absolut climàtiques o agrícoles: la reserva d'estoc per part de les grans distribuïdores mentre esperen que augmentin els preus o l'especulació de fons d'inversió i la resta d'agents financers que compren i

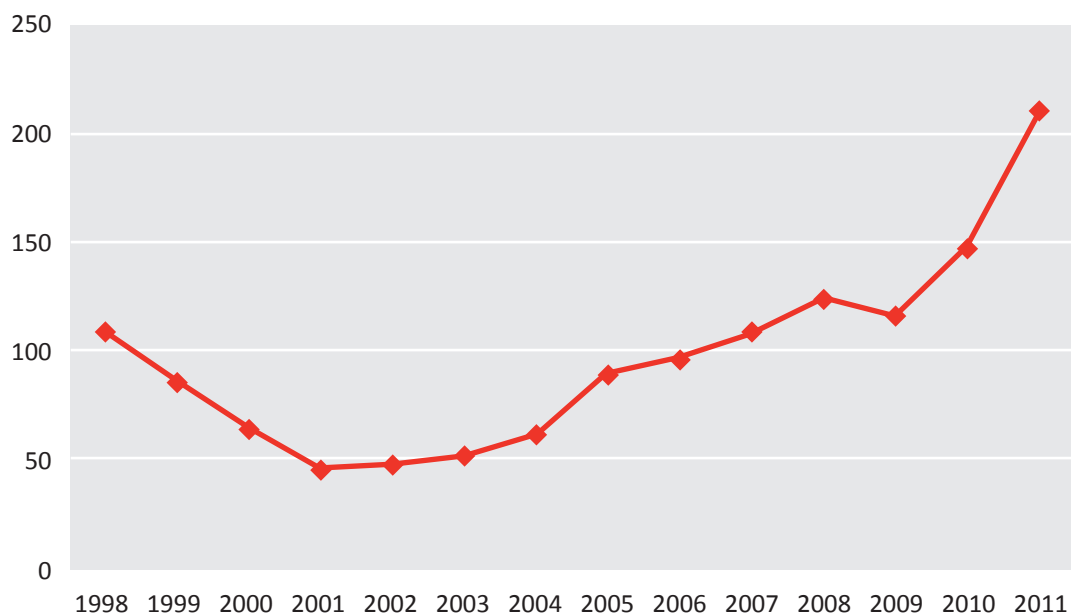
venen collites futures, fet que contribueix a una elevada i instable fluctuació dels preus amb la qual busquen obtenir beneficis ingents, però que condiciona i pot arribar a posar en risc la vida i treball de milions d'agricultors en tot el món.

Però fins i tot quan els preus es mantenen elevats, com en l'actualitat, l'alleugeriment per als i les productores només és puntual: la volatilitat del preu del cafè genera una incertesa i inseguretat que impossibilita qualsevol previsió que vagi més enllà del curt termini dins el qual es mou el mercat internacional. Uns preus i una demanda que es mouen molt més ràpid que les possibilitats reals que tenen els agricultors/es d'augmentar les collites o diversificar els conreus. A més, les polítiques lliurecanvistes de foment de les exportacions han augmentat el grau d'especialització d'aquests productors i han abandonat gradualment els conreus i activitats econòmiques complementàries. Amb el gruix dels ingressos provinents d'una única font, es multipliquen els impactes i efectes de qualsevol lleugera variació en el preu que s'obté per la seva venda, i s'agudita la dependència d'aquests mecanismes de mercat on la capacitat d'incidència dels productors/es és nul·la.

L'especulació financera sobre les collites futures condiciona la vida de milions d'agricultors/es en tot el món

Preu internacional del cafè. Evolució interanual 1998-2011

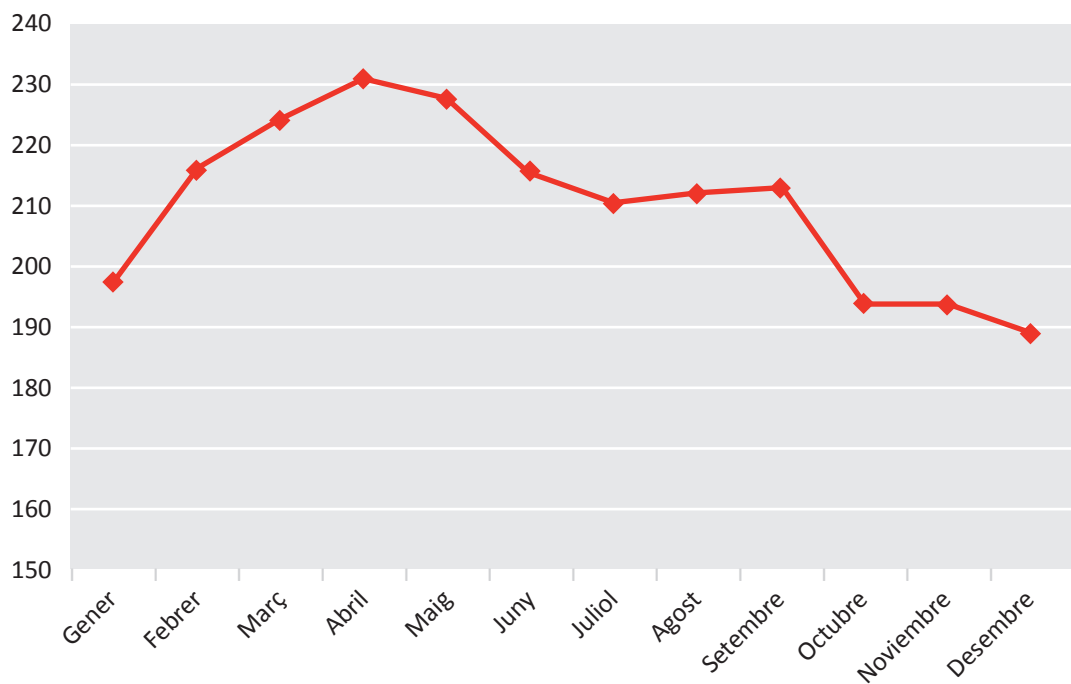
Índex format a partir de les principals varietats comercialitzades i dels principals mercats de referència
Cèntims d'USD/Lliura



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Internacional del Cafè

Preu internacional del cafè. Evolució intermensual 2011

Índex format a partir de les principals varietats comercialitzades i dels principals mercats de referència
Cèntims d'USD/Lliura



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Internacional del Cafè

3. Què pots fer tu

Encara que en augment des de fa anys, les vendes de cafè de Comerç Just a Espanya continuen sent encara molt baixes respecte de la majoria de països del nostre entorn: el consumidor mig espanyol gasta 48 cèntims d'euro a l'any en productes de Comerç Just. A la Unió Europea, aquesta xifra es multiplica per deu, i en alguns països en concret per molt més. Sens dubte, factors com la menor implantació del Comerç Just al nostre país, la seva entrada tardana (a finals de la dècada de 1980, amb quasi vint anys de retard respecte d'altres països europeus) i l'ampli desconeixement per part de la societat espanyola d'aquesta alternativa de consum expliquen en part aquests nivells encara bai-

xos. Però aquestes mateixes raons conviden a pensar que la senda creixent registrada durant l'última dècada, es mantindrà en els propers anys i s'aprofundirà en aquesta convergència amb els nivells de consum de productes de Comerç Just dels països del nostre entorn econòmic.

El fet que el Comerç Just continuï creixent i es consolidi com una alternativa real present en el nostre dia, a dia depèn en gran mesura de tots nosaltres. Són moltes les accions que tu pots dur a terme per tal que l'aroma del cafè de Comerç Just s'olori cada vegada a més tasses. Aquí van algunes propostes:



El Comerç Just és just el que necessitem

Amb la teva compra emets un vot: apostes per unes formes de producció, comercialització i consum i en descartes d'altres. Consumeix amb responsabilitat: és just el que necessitem.

comerciojusto.org/que-és-el-comerç-just



Informa't sobre l'impacte del teu consum

Busca la 'Cara B' d'allò que compres, mira més enllà de l'etiqueta. Pregunta't com i per qui ha estat produït.

comerciojusto.org/que-és-el-comerç-just/definició/els-10-principios-internacionales



Difon el Comerç Just

entre els teus amics, familiars i persones properes. Convida'ls a gaudir d'una bona tassa de cafè cultivat i torrat amb justícia. Fes-los partícips del teu consum responsable.



Visita les botigues de Comerç Just i informa't sobre aquest moviment d'economia solidària

comerciojusto.org/botigues



Sigues un agent del Comerç Just!

No restringeixis el teu consum de cafè de Comerç Just a la teva llar. La cafeteria del teu barri, centre educatiu o de treball, les màquines de cafè de la teva oficina, la teva botiga habitual tots poden ser un canal de venda que contribueixi a estendre el Comerç Just entre molta més gent.



Pressiona les teves autoritats locals i centres públics

perquè incloguin entre les seves compres i contractacions criteris de justícia social i sostenibilitat mediambiental.



Participa en mobilitzacions i accions de denúncia de les regles injustes que regeixen l'actual sistema comercial mundial

Lluitem perquè la veu dels productors/es sigui predominant, perquè es respectin els seus drets i els del Planeta, perquè s'assegurin unes condicions de vida i de treball dignes per a tots i totes.

Per principis, és just el que necessitem

L'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO) estableix 10 principis i valors que caracteritzen la missió central de les organitzacions de Comerç Just:

- 1. Creació d'oportunitats per als productors/es econòmicament desfavorits/ides.** El Comerç Just és una estratègia per a l'alleugeriment de la pobresa i el desenvolupament sostenible. El seu propòsit és crear oportunitats per a productors/es que han estat econòmicament desfavorits/ides o marginats pel comerç convencional.
- 2. Transparència i rendició de comptes.** Comerç just implica transparència en la gestió per a tractar amb equitat i respecte els socis comercials.
- 3. Pràctiques comercials justes.** Les organitzacions de Comerç Just mantenen relacions a llarg termini amb els petits productors/es basades en la solidaritat, la confiança i el respecte mutu. El prepagament sense interessos es realitzarà en cas de ser sol·licitat.
- 4. Pagament d'un preu just.** Un preu just en el context regional o local és el que ha estat acordat per mitjà del diàleg i la participació. No tan sols cobreix els costos de producció, sinó que ofereix una remuneració justa als productors/es i té en compte el principi del mateix salari per igual treball per a homes i per a dones.
- 5. Treball Infantil.** Les organitzacions de Comerç Just respecten la Convenció de l'ONU sobre els Drets del Nen, així com les lleis locals per tal que la participació dels nens en els processos de producció (si n'hi hagués) no afecti negativament el seu benestar, seguretat, requisits educatius i la necessitat de jugar.
- 6. Equitat de Gènere.** Comerç Just significa que el treball de les dones està correctament valorat i recompensat. Seran pagades sempre per la seva contribució al procés de producció i seran empoderades dins de les seves organitzacions.
- 7. Condicions de treball.** Comerç Just significa tenir un entorn laboral segur i saludable per als productors/es.
- 8. Facilitar el desenvolupament de capacitats.** Les relacions de Comerç Just ofereixen continuïtat, de manera que els productors/es i les seves organitzacions de comercialització poden millorar les seves capacitats de gestió i d'accés a nous mercats.
- 9. Promoure el Comerç Just.** Les organitzacions de Comerç Just promouen la sensibilització de Comerç Just i la possibilitat d'una major justícia en el comerç mundial.
- 10. Respecte pel medi ambient.** El Comerç Just promou activament millors pràctiques mediambientals i l'aplicació de mètodes responsables de producció.

4. Bibliografia i enllaços d'interès per ampliar la informació sobre el Comerç Just i la campanya

Referències bibliogràfiques

Coordinadora Estatal de Comerç Just. *El Comercio Justo en España 2010. Crisis, impactos y alternativas*. 2011
comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/INFORME-COMPLETO.pdf

Daviron, Benoit i Stefano Ponte. *The Coffee Paradox: Global Markets Commodity Trade, and the Elusive Promise of Development*. Zed Books: London, UK. 2005

IDEAS, Observatori de Corporacions Transnacionals. *Boletín 5: La explotación laboral de la infancia*. 12/2004
www.ekologistakartxa.org/uploads/media/Dossier_explotacion_laboral_infantil_01.pdf

Intermón Oxfam. *El café que no quita el sueño*. 2011
www.intermonoxfam.org/es/comercio-justo/proyectos/cafe-que-no-quita-sueno

Organització Internacional del Cafè www.ico.org

Plate-Forme pour le Commerce Équitable. *Le Commerce Équitable en 10 questions*. Abril 2007
www.commerceequitable.org/images/pdf/ce/vademecum.pdf

SODEPAZ. *Justo hasta la última gota: Los retos empresariales para el café de comercio justo*. Cuadernos de Trabajo sobre el desarrollo nº 1. Atrapasueños Editorial i Editorial SODEPAZ. Novembre 2008
viajes.sodepaz.tv/documents/quadern_final_internet.pdf

World Resource Institute www.wri.org

Enllaços

Coordinadora Estatal de Comerç Just www.comerciojusto.org

Campanya 'Per gaudir d'un bon cafè no cal que acabi molt ningú'
www.comerciojusto.org/campana-es-justo-lo-que-necesitamos

Organització Mundial del Comerç Just www.wfto.com

Organització Mundial del Comerç Just – Europa www.wfto-europe.org



“El Comerç Just és un sistema comercial basat en el diàleg, la transparència i el respecte, que busca una major equitat en el comerç internacional prestant especial atenció a criteris socials i mediambientals. Contribueix al desenvolupament sostenible oferint millors condicions comercials i assegurant els drets de productors/es i treballadors/es desfavorits/ides, especialment al Sud.”

Definició de l'Organització Mundial del Comerç Just (WFTO)



Organitzacions membres: Adsis-Equimercado, Alternativa 3, Ayuda en Acción, Cáritas-Red Interdiocesana de Comercio Justo, Ecosol, Emaús Fundación Social, Espanica, Fundación COPADE, Fundación Grup Tercer Món Mataró, Fundación Vicente Ferrer, IDEAS-Comercio Justo (Tiendas Solidarias), Iepala, Intermón Oxfam, Kidenda, La Ceiba, medicusmundi álava-araba, Mercadeco Fundación, O.C.S.I., Petjades, PROCLADE, PROYDE, S'altra Senalla, SETEM, SODEPAZ, Solidaridad Internacional, Taller de Solidaridad, La tenda de tot el món, Tienda de Comercio Justo de Málaga, Trabajo y Dignidad, Xarxa Consum Solidari.



Segueix-nos al:



www.facebook.com/CEComercioJusto



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

Amb la col·laboració de:

