

El Comercio Justo en las políticas públicas

Autor: David Comet-Herrera

A iniciativa de: Coordinadora Estatal de Comercio Justo

Marzo de 2024



Con financiación de:



Abreviaturas

AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
AFD	Agencia Francesa de Desarrollo
AGE	Administración General del Estado
BMZ	Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania
CADSOL	Comisión Nacional para el Registro y la Información sobre Comercio Justo y Solidario
CAM	Criterios Mínimos Ambientales
CCU	Consejo de Consumidores y Usuarios
CE	Constitución Española de 1978
CEPES	Confederación Empresarial Española de la Economía Social
CECJ	Coordinadora Estatal de Comercio Justo
CICID	Comité Interministerial de Cooperación Internacional y Desarrollo de Francia
CNCE	Comisión Nacional de Comercio Justo de Francia
CPE	Compra Pública Ética
CRUE	Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas
CVONGD	Coordinadora Valenciana de Organizaciones No Gubernamentales
DMCJ	Día Mundial del Comercio Justo
FMCI	Foro Municipal de Comercio Justo de Madrid
IDH	Iniciativa de Comercio Sostenible
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ONGD	Organización No Gubernamental para el Desarrollo
REAS	Red de Redes de la Economía Social y Solidaria
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SCJS	Sistema de Comercio Justo y Solidario
SENAES	Secretaría Nacional de Economía Solidaria de Brasil
SPP	Sello de Pequeños Productores
UE	Unión Europea
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
WFTO	World Fair Trade Organization (Organización Mundial del Comercio Justo)

Índice

Introducción	4
Qué es el Comercio Justo	6
La historia del Comercio Justo en España	9
El Comercio Justo en la legislación y normativa	12
Gobernanza y compromiso político con el Comercio Justo	28
Acción gubernamental por un Comercio Justo	35
Conclusiones	41
Referencias	44

Introducción

El comercio justo es hoy una realidad que se ha colado en los hogares de todo el mundo, y lo que es más importante: ha cambiado la vida a millones de personas que han visto reconocido su trabajo y esfuerzo, alcanzando condiciones de vida y trabajo dignas. Los principios de comercio justo han sido la plasmación de una corriente de pensamiento económico que defiende que la ética, la responsabilidad y la solidaridad deben estar presentes en la toma de decisiones empresariales y de consumo (Comet-Herrera, 2016).

El movimiento de comercio justo se ha venido alineando, reiteradamente, con las reivindicaciones que exigían un mundo mejor y fue originado e inspirado por otros movimientos sociales que reivindicaban condiciones más justas para agricultores, ganaderos y campesinos (Coscione, 2015). Con su práctica demuestra que otro mundo no sólo es posible, sino plausible, posible. El apoyo que los consumidores han brindado al comercio justo con sus hábitos y opciones de compra a las comunidades productoras demuestra que la incidencia política también se puede hacer con nuestro carro de la compra (Villadiego & Castro, 2017).

La transición hacia un modelo de desarrollo mundial sostenible requiere, necesariamente, de realidades económicas concretas que nos permitan dilucidar cómo se puede llegar hasta ahí. En este sentido, el comercio justo es un todo un referente para mejorar la sostenibilidad social y ambiental los canales de producción y comercialización de alimentos (Aguilar Poaquiza *et al.*, 2021), por lo que es necesario el apoyo del sector público, desde diferentes niveles, para impregnar nuestro desarrollo también con sus principios y prácticas. Contribuye, decididamente, a muchas de las metas incluidas en la Agenda 2030 de Naciones Unidas de Objetivos de Desarrollo Sostenibles, tales como la lucha contra la pobreza, la igualdad de género o la creación de empleos dignos (Coscione, 2017).

El comercio justo ha comenzado a estar presente no sólo en la práctica económica, sino que empieza a ser reconocido jurídicamente y a estar más presente en las políticas públicas (Comet-Herrera, 2022), tanto en las de cooperación internacional, como en las políticas de consumo o en las de comercio, entre otras. Por

ello, es necesario poner en valor estas prácticas para que sirvan de inspiración a otros muchos gobiernos, Administraciones Públicas o agentes que, hoy por hoy, buscan referentes para posibilitar esa transición hacia modelos de desarrollo que promuevan el bienestar social y la sostenibilidad medioambiental.

A continuación, se exponen las prácticas que han sido desarrolladas a lo largo y ancho del mundo, para favorecer un comercio justo, tanto en textos constitucionales, leyes, normativas, políticas y prácticas concretas.

¿Qué es el comercio justo?

El Comercio Justo es un movimiento internacional que, desde los años 50', lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental (García Chiang, 2011). Su práctica ha hecho posible que inicialmente en tiendas y actualmente en prácticamente todos los establecimientos comerciales exista una oferta de productos de alimentación y artesanía que protegen los derechos humanos y el medio ambiente (Álvarez, 2018). Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los siguientes principios:

- Crear oportunidades para organizaciones productoras marginadas económicamente con el objetivo de reducción de la pobreza en el mundo a través del comercio. Basar la relación comercial en la transparencia y responsabilidad, rindiendo cuentas a todas las partes interesadas y facilitando información relevante como la procedencia de los productos comercializados.
- Aplicar prácticas comerciales justas que busquen el mayor bienestar social, económico y medioambiental de las personas productoras y trabajadoras económicamente marginadas.
- Establecer compromisos comerciales claros, basados en el reconocimiento y respeto mutuo.
- Atender a la prefinanciación de la producción por parte de los compradores para evitar que recaiga en los grupos productores todo el gasto financiero. Así se podrá solicitar un prepagado de hasta el 50% del total del pedido realizado.
- Resolver los problemas desde el apoyo mutuo, asumiendo la responsabilidad que debe recaer en cada una de las partes garantizando, por ejemplo, compensaciones justas en caso de cancelación de pedidos con poca antelación y sin motivo atribuible a la entidad productora.
- Apostar por relaciones comerciales a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo.

- Alentar una competencia leal en el mercado, basando las relaciones comerciales en la cooperación con las demás organizaciones de Comercio Justo de su país.
- Respetar la identidad cultural y respeto de los conocimientos tradicionales en los diseños de la artesanía, los cultivos y otros servicios relacionados.
- Pagar un precio justo por la producción que haya sido negociado y acordado mutuamente por todas las partes con el que se garantice una remuneración justa a los productores y trabajadores.
- Remunerar con un salario equitativo, libremente negociado y mutuamente acordado a los trabajadores, que les permita mantener un nivel de vida digno en su entorno. Los requisitos para un nivel de vida decente incluyen la alimentación, el agua, la vivienda, la educación, la atención sanitaria, el transporte, la ropa y otras necesidades esenciales, y los gastos imprevistos.
- Garantizar la ausencia de trabajo infantil y de trabajo forzoso. Cualquier participación de menores en la producción de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de un arte o artesanía tradicional) es siempre comunicada y supervisada y no afecta negativamente al bienestar, la seguridad, las obligaciones educativas y la necesidad de juego de los niños y niñas.
- Favorecer la equidad de género a través de la no discriminación y el empoderamiento económico de las mujeres, la libertad de asociación y la negociación colectiva. Ello se traduce, específicamente en igual remuneración, en acceso a la formación, la promoción, el despido o la jubilación a cualquier persona, capacidad de influir en el entorno político, normativo e institucional, así como evitar la discriminación por motivos de raza, casta, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, pertenencia a un sindicato, afiliación política, situación en relación al VIH/SIDA o edad.
- Asegurar entornos de trabajo seguros y saludables para las personas trabajadoras y productoras cumpliendo, como mínimo, las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

- Favorecer el desarrollo de habilidades y capacidades de las personas productoras y trabajadoras que se encuentran en una situación de marginación económica, a través del Comercio Justo.
- Fomentar la concienciación sobre los objetivos del Comercio Justo y la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial.
- Luchar contra el Cambio Climático proteger el medio ambiente mediante el abastecimiento y la producción sostenibles, la minimización de los residuos, el embalaje y el transporte y, como aspecto más destacado, la ayuda a las personas para hacer frente a la crisis climática.

Los productos de comercio justo, certificados por organizaciones como la World Fair Trade Organization, Fairtrade (WFTO), el Sello de Pequeños Productores (SPP), Naturland Fair, Fair for Life o Ecocert Fair Trade garantizan que se cumplen todos estos criterios en la producción y comercialización de dichos productos. Dichos sellos son garantía de trazabilidad y transparencia para los consumidores (Wilson & Mutersbaugh, 2015).

La historia del comercio justo en España

En 1986 se abrían las dos primeras tiendas de Comercio Justo en nuestro país, en Donostia-San Sebastián de la mano de Emaús y en Córdoba de la mano de la cooperativa Sandino (hoy IDEAS). Desde entonces hasta ahora el Comercio Justo ha experimentado un gran desarrollo social y del mercado de productos de comercio justo (García de Vinuesa, 2016). Por un lado, a las tiendas de Comercio Justo se han sumado establecimientos de productos ecológicos, supermercados, grandes superficies, hostelería y diversas empresas que distribuyen productos de Comercio Justo. Además, el Comercio Justo está cada vez más presente en campañas de movilización y denuncia, de incidencia política, centros educativos, etc.

Las iniciativas de comercio justo surgieron de grupos de personas y organizaciones preocupadas por el trato injusto que reciben los agricultores/as o artesanos/as de América Latina, África o Asia, así como las duras condiciones de trabajo que soportaban a la hora de producir bienes y alimentos (Raynolds & Long, 2007). Las reivindicaciones de varios países en el seno de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 1964, al grito de "*Trade, no aid*" (Comercio, No Ayuda), resonó en la sociedad civil de muchos países lo que terminó de alentar experiencias de comercio internacional basadas en principios de solidaridad y apoyo mutuo (UNCTAD, 2009). Más adelante, especialmente en los años 90, se fueron constituyendo gran parte de las actuales organizaciones de Comercio Justo en España. En el 95, por ejemplo, Alternativa 3 inauguraba la primera tostadora de café dedicada en exclusiva al Comercio Justo.

A mediados de esa década, en el 1996, diecinueve organizaciones ya formaban parte de la CECJ, con la finalidad de aunar esfuerzos, trabajar conjuntamente y fortalecer el movimiento del Comercio Justo. Ello coincidió con el primer crecimiento de las ventas del comercio justo en España. A lo largo de esos años se fueron abriendo tiendas por todo el territorio. También en esta década, aquellos primeros mercadillos y tiendas de artesanía se transforman en iniciativas de Comercio Justo propiamente dichas. Este desarrollo motivó la realización del primer análisis de ventas, en el año 2000. En ese momento la facturación por productos de Comercio Justo apenas llegaba

a los 7 millones de euros. Casi el 70% de las compras se realizaba en las tiendas de Comercio Justo y más de la mitad correspondía a artículos de artesanía. A partir del año 2000 comienza la expansión del Comercio Justo en otros espacios. Además, en esta década (concretamente en el 2005) se funda Fairtrade España, hoy Fairtrade Ibérica, la asociación del sello de Comercio Justo que forma parte de Fairtrade International, la entidad certificadora más destacada a nivel internacional. A partir de su fundación, y especialmente a partir de 2008, los productos de Comercio Justo certificados por Fairtrade comienzan su expansión en empresas y grandes cadenas de distribución y establecimientos de hostelería, lo que favoreció el aumento de la facturación de Comercio Justo. En la actualidad, con decenas de tiendas y puntos de venta de Comercio Justo, que incluyen supermercados, comercios o cafeterías, entre otros, los productos de comercio justo están cada vez más presentes en distintos establecimientos, las ventas de Comercio Justo han ascendido a 146 millones de euros en 2022.

Paralelamente al desarrollo de las tiendas, y en especial durante los años 90 y 2000 las organizaciones realizan una importantísima labor de sensibilización y difusión del Comercio Justo. Por un lado, se desarrollan campañas y acciones en centros educativos dirigidos a estudiantes de todos los niveles (desde Primaria a Universidad), un público que se considera esencial para promover en ellos una conciencia de un consumo más responsable y solidario. De esta manera se sientan las bases para ir conformando una sociedad que apueste por un modelo de consumo más justo y sostenible que contribuya a crear un mundo menos desigual. Además, a partir de mediados de los 90, varias organizaciones comenzaron a desarrollar campañas a través de medios de comunicación y estrategias de mayor alcance. Grandes campañas como la Campaña Ropa Limpia, que en el 1996 Setem Catalunya comenzó a coordinar en nuestro país, o las de Intermón Comercio Justo, consumo responsable y Comercio con Justicia, o la de Ciudades por el Comercio Justo de IDEAS, fueron algunas de las campañas que dieron a conocer entre la opinión pública las condiciones laborales de trabajadores y trabajadoras del Sur.

Por último, hay que destacar que el movimiento de comercio justo ha promovido acciones de incidencia política para cambiar las reglas del comercio

internacional de manera que estas se basen en la justicia, especialmente para los principales países productores. De ahí que la incidencia política sea una de las líneas fundamentales de acción del movimiento del Comercio Justo. Especialmente desde principios de los 90, en España, las organizaciones comienzan a desarrollar acciones dirigidas a incorporar en la legislación medidas de apoyo al Comercio Justo. En 1996, por primera vez, la Comisión de Cooperación y Ayuda al Desarrollo del Congreso de los Diputados aprueba una serie de proposiciones no de ley relacionadas con el Comercio Justo. Dos años más tarde, la [Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo](#) hace referencia al Comercio Justo. Además de la presencia en el marco de la Cooperación Internacional, el movimiento del Comercio Justo ha solicitado la incorporación de criterios sociales y medioambientales en los contratos y compras que realizan las Administraciones Públicas. La [Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público](#) incorporó de forma extensa el comercio justo en su articulado, haciendo referencia al sello de comercio justo, las organizaciones de comercio justo y varios principios de comercio justo como el del pago de un precio mínimo o el de una prima al productor.

Hoy, casi cuatro décadas de trabajo, el movimiento del Comercio Justo continúa trabajando para combatir unas realidades injustas que todavía persisten. En diferentes países del mundo se ha reforzado el reconocimiento jurídico y político del comercio justo. A continuación, se exponen algunas ideas que podrían servir para afianzar el comercio justo en España a través de la legislación, la estrategia pública, la gobernanza y las políticas gubernamentales.

El comercio justo en la legislación y la normativa

La defensa de una política comercial basada en los derechos humanos y la sostenibilidad ambiental en la UE

La [Directiva de Debida Diligencia](#) para las empresas en materia de derechos humanos y sostenibilidad, impulsada en el seno del Consejo de la Unión Europea (UE), ha sido un paso importante para garantizar imponer normas a las grandes empresas para evitar los impactos y efectos adversos, reales y potenciales, sobre el medio ambiente y los derechos humanos en las cadenas de suministro internacionales, con el objetivo de proteger a los eslabones más vulnerables de la cadena, tales como las comunidades productoras o las personas trabajadoras y reducir el *dumping social*. Dicha Directiva ya fue acordada el pasado mes de diciembre de 2023 entre el propio Consejo y el Parlamento, aunque el texto final ha quedado muy diluido con relación al inicialmente acordado por presiones de las grandes corporaciones. En todo caso, contempla elementos innovadores y de interés para promover la ética empresarial en su gestión con proveedores de terceros países, especialmente empobrecidos, tales como poder considerar estas prácticas como criterio para la adjudicación en los contratos públicos y las concesiones administrativas, así como la puesta en marcha de planes de transición para la mitigación del cambio climático por parte de las empresas, algo que a la postre se torna muy necesario.

España debe asegurar la transposición y aplicación de esta Directiva, y auspiciar un mayor acuerdo al respecto para ampliar el alcance de la misma. Así lo han solicitado diferentes organizaciones europeas, entre las que se encuentran la CECJ, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa o Setem, entre otros, exigiendo al Consejo de la UE que esté a la altura de las circunstancias, y garantice una aplicación más amplia de las reglas que contiene la Directiva con la intención de que afecten a un mayor número de empresas y corporaciones que tienen su actividad deslocalizada.

Propuestas

- Mantener la posición española, en el seno del Consejo de la UE, y ampliar el alcance de la Directiva de Debida diligencia para las empresas europeas en materia de derechos humanos y sostenibilidad en su transposición.

Reconocimiento constitucional y estatutario de los principios de comercio justo como marco de las relaciones comerciales y/o de cooperación internacional de España y sus Comunidades Autónomas

En la actualidad, las democracias avanzadas tienen, en lo más alto de su cúspide jurídica, los textos constitucionales donde se reconocen, además de los derechos y libertades fundamentales de la ciudadanía, la organización política e institucional de cualquier Estado, así como principios orientadores en materia de gestión pública y política económica. Es por ello que, la plasmación jurídica de principios de solidaridad, sostenibilidad y cooperación podrían ayudar a fomentar un desarrollo sostenible.

Por ejemplo, la [Constitución de 2008 de la República de Ecuador](#) incorporó el Comercio Justo en su articulado, dedicando expresamente su quinta sección del Título 6 a "*Intercambios económicos y Comercio Justo*". Específicamente su artículo 304 expresa que su "*política comercial tendrá [entre otros] los siguientes objetivos [...] impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo [y] promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal*" alineándose, en lo general, con principios básicos del comercio justo como son los de crear oportunidades para organizaciones productoras marginadas económicamente. Este texto constitucional es todo un referente para otros que deseen integrar principios de sostenibilidad social y ambiental en sus prácticas y lógicas de comercio internacional.

Por su parte, la reforma constitucional de la que se viene hablando en España durante los últimos años, debería aspirar a integrar objetivos de país como garantizar medios de vida sostenibles, tanto para la población española como para aquellas comunidades y sociedades con las que se comercia o se tiene algún tipo de relación económica. La Constitución Española de 1978 (CE) puede ser reformada desde una óptima ética y de responsabilidad social, en la que el comercio justo y sus principios podrían estar presentes para favorecer una competencia leal entre los productores locales y los de otras partes del mundo, racionalizando el comercio internacional a la par que protegiendo la

producción local, alineándose así con los postulados que promueven la soberanía y la seguridad alimentaria y luchan contra el cambio climático.

Ahondando en los principios rectores de la política social y económica, recogidos en el Capítulo III del Título I de la CE, podría expresarse la intención de ***favorecer relaciones comerciales justas con otros países del mundo, basadas en el reconocimiento y respeto mutuo, la garantía de los derechos humanos y la protección del medio ambiente***, así como cuidar y proteger la producción local, en pro de garantizar una alimentación asequible y saludable para toda la ciudadanía que asegure una competencia leal entre los agricultores españoles y los de otras partes del mundo aplicando normativas equivalentes entre las que afecta a la producción local y las que se aplican a las importaciones de otros países. En esta línea, la política agraria debería estar más presente en este capítulo constitucional, haciendo referencia a principios de comercio justo tales como asegurar condiciones económicas suficientes para los productores de alimentos, con pagos de precios justos, o evitar los abusos que se puedan producir en la cadena comercial, especialmente de los actores que actualmente tienen mayor poder como las grandes cadenas de distribución.

Por otro lado, hay que resaltar que el comercio exterior es competencia del Estado central, tal como establece el artículo 149 de la CE, así como las políticas de agricultura y ganadería lo son de las Comunidades Autónomas, según el artículo 148 de la CE, aunque en gran parte su ordenación está actualmente en manos de la UE. En todo caso, el artículo 130 de la CE establece que *“los poderes públicos atenderán a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular, de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía, a fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles”*, por tanto, son todos los poderes públicos los llamados a respaldar al sector primario para garantizarnos una alimentación adecuada, así como promover sectores como la artesanía para preservar nuestra cultura y favorecer el empleo de calidad.

Por su parte, los Estatutos de Autonomía han avanzado en, al menos, la aspiración de alcanzar modelos de desarrollo sostenible que garanticen nuestro bienestar social. Por ejemplo, el Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado en 2007, establece que los poderes públicos autonómicos *“orientarán sus políticas especialmente al desarrollo de la agricultura ecológica, el turismo sostenible, la protección del litoral y la red de espacios*

*naturales protegidos, así como al fomento de una tecnología eficiente y limpia. **Todos los sectores económicos vinculados al desarrollo sostenible cumplen un papel relevante en la defensa del medio ambiente.***” (Art. 197) así como tiene entre sus objetivos básicos “*La cooperación internacional con el objetivo de contribuir al desarrollo solidario de los pueblos*” (art. 10) expresando que “*el pueblo andaluz participa de la solidaridad internacional con los países menos desarrollados promoviendo un orden internacional basado en una más justa redistribución de la riqueza*”. Sin duda, el comercio justo es una herramienta eficaz para erradicar la pobreza y favorecer una cooperación solidaria con otros países a través del compromiso de los consumidores con la dignificación del trabajo y la promoción de condiciones de comercio más equitativas e igualitarias. Igualmente, los Estatutos de Autonomía también podrían incluir referencias al comercio justo, ya sea como medio para favorecer las políticas de cooperación y solidaridad internacional, como para asegurar una competencia más leal con la agricultura, ganadería y artesanía propias.

Propuestas

- Introducir en el Capítulo Tercero de la CE, de principios rectores de la política social y económica, referencias al aseguramiento de un desarrollo económico y social sostenible, respetuoso con el medio ambiente.
- Hacer referencias, en este mismo Capítulo, a promover la aplicación de principios de comercio justo en las relaciones de comercio exterior.

Reconocimiento del comercio justo en las leyes de impulso de la Economía Social y de Consumo Sostenible

El reconocimiento del comercio justo en el terreno jurídico se hace fundamental para acotar dicho concepto y praxis, con el ánimo de que no se utilice este término de forma fraudulenta, avanzando en su consolidación como realidad económica y alternativa de consumo sostenible y responsable. En este sentido, el Estado francés definió en 2014 los principios de comercio justo en su [Ley de la Economía Social y Solidaria](#) (art. 94) enumerándolos de la siguiente forma:

- El comercio justo está consagrado a los productores o trabajadores económicamente desfavorecidos que se han organizado formando organizaciones democráticas.
- Debe haber un compromiso a largo plazo entre los asociados comerciales. El plazo mínimo de ese compromiso es de tres años.
- El precio justo pagado por los asociados comerciales se basa en los costos de producción identificados y en una negociación comercial equilibrada.
- Los socios comerciales deben pagar una cantidad complementaria para respaldar los proyectos colectivos destinados a empoderar a los productores y sus organizaciones (equivalente a la prima de comercio justo Fairtrade).
- Todos los comerciantes deben comprometerse con la trazabilidad y la transparencia de la información al consumidor.
- Las empresas que afirmen públicamente adherir al comercio justo deben emprender acciones tendientes a sensibilizar y promover la educación sobre los métodos de producción y consumo que sean sostenibles desde el punto de vista social y ambiental.

En el caso de España, la aprobación de la [Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social](#), supuso un importante hito de reconocimiento de las entidades y empresas de la

Economía Social. Mucho antes, y con carácter sectorial, la totalidad de las Comunidades Autónomas habían desarrollado su legislación relativa a cooperativas, centros especiales de empleo, etc. así como políticas públicas de apoyo y reconocimiento de las entidades de la Economía Social. La aprobación posterior de la [Ley 31/2015, de 9 de septiembre, por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo y se adoptan medidas de fomento y promoción del trabajo autónomo y de la Economía Social](#), completó este marco normativo, poniendo en marcha medidas concretas de fomento de la Economía Social.

Como tal, podríamos afirmar que la práctica de la Economía Social conlleva, necesariamente, desarrollar una actividad empresarial que persiga el bien común y el interés general. Por ello, las actividades desarrolladas por este sector se basan en los siguientes principios:

- Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
- Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
- Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
- Independencia respecto a los poderes públicos.

Las entidades de comercio justo promueven los principios de participación, igualdad y compromiso social tanto en su gestión interna, como hacen las entidades de la Economía Social, como en las relaciones comerciales que mantienen con terceros. Esta

sintonía es la que ha hecho que la CECJ se integrara como plataforma sectorial en la Red de Redes de la Economía Social y Solidaria (REAS). Por ello, podría ser muy interesante que los principios de comercio justo quedaran plasmados en la propia Ley española de Economía Social, al igual que hizo en su día el Estado francés.

Tampoco el comercio justo fue mencionado en la *Estrategia Española de Economía Social 2023-2027* aprobada por el Gobierno de España en 2023. No existe ninguna medida entre los ejes estratégicos, líneas de actuación y acciones reflejadas. En algunas de ellas hubiera sido oportuno mencionar expresamente al comercio justo, tales como en la Línea de actuación 9 para aumentar la cooperación intra e intersectorial de las empresas y entidades de Economía Social, la Línea de actuación 13 para reforzar la posición competitiva de la ES en los sectores emergentes o la Línea de actuación 18 para apoyar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Economía Social.

Actualmente, se está tramitando un [Anteproyecto Ley Integral de Impulso de la Economía Social](#), con la que se pretende mejorar las leyes ya existentes relativas a este sector y a las entidades que en él se integran. Podría ser una magnífica oportunidad para incorporar una mención expresa al comercio justo en la [Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social](#), y reconocer la labor de dichas entidades. Concretamente, podría hacerse, bien reconociendo los principios de comercio justo en su articulado tal como lo hizo el Estado francés, o bien incorporando a su exposición de motivos la importancia de la intercooperación entre entidades de la Economía Social, y de éstas con el resto de los agentes económicos, en base a principios de comercio justo. También se debería añadir la promoción del comercio justo a una de las medidas de fomento y difusión de la economía social recogida en su artículo 8.2.i), que podría quedar de la siguiente forma *“fomentar el desarrollo de la economía social en áreas como el desarrollo rural, la dependencia, la integración social y el comercio justo”*.

Por su parte, la futura Ley de Consumo Sostenible, impulsada por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 del Gobierno de España debería incluir referencias expresas al comercio justo así como a sus certificaciones y sellos, de manera que se garantice un buen uso del término y se evite el *greenwashing*.

Propuestas

- Mencionar a las organizaciones y definir/reconocer los principios del comercio justo en la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social para reconocer su contribución, en términos de desarrollo sostenible, en países en vías de desarrollo, aprovechando la tramitación del proyecto de Ley Integral de Impulso de la Economía Social.
- Específicamente, introducir el término comercio justo entre las medidas de fomento y difusión de la economía social recogida en el artículo 8.2.i) de la Ley 5/2011.
- Incorporar en la Estrategia Española de Economía Social 2023-2027 el comercio justo como sector emergente, prioritario en la intercooperación entre entidades de la Economía Social y como forma de responsabilidad social.
- Incluir el comercio justo y sus certificaciones en la futura Ley de Consumo Sostenible.

Hacia un sistema integral de comercio justo

Ha sido muy discutido si el comercio justo debería ser una estandarización regulada desde el sector público con el desarrollo de una normativa propia. Tal es así que la propia Comisión Europea ya se pronunció al respecto a través de su [Comunicación titulada “Contribución al desarrollo sostenible : el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial” \(COM/2009/0215 final\)](#) en la que reiteraba *“la importancia de mantener la naturaleza no gubernamental del comercio justo y de otros sistemas similares en la UE”* en base al entendimiento de que *“la reglamentación pública podría interferir con la labor de los sistemas privados dinámicos”*.

Este planteamiento no ha sido mantenido en todas las latitudes del mundo. Por ejemplo, el Gobierno brasileño instauró el Sistema de Comercio Justo y Solidario (SCJS) en el país a través del [Decreto Presidencial Nº7.358 del 17 de noviembre de 2010](#), con la intención de fortalecer la identidad nacional del comercio justo, definir el concepto, y reconocer sus principios y buenas prácticas. Además, establecía acciones concretas como las de monitoreo de las organizaciones de comercio justo, la promoción del diálogo con el sector o la difusión del comercio justo entre las personas consumidoras.

Aunque en España la relevancia del comercio justo no es similar, en términos de producción de alimentos y otros bienes de consumo a Brasil, el desarrollo del nuevo concepto de comercio justo promulgado en 2017 por la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO por sus siglas en inglés), podría justificar la creación de un sistema estatal de comercio justo que reconociera a los agentes no gubernamentales y representativos que participan en este sector, así como poner en marcha medidas para su monitoreo, promoción y consolidación en el país. La práctica de comercio justo, tal como la reconceptualizó la WFTO en su Asamblea Anual celebrada en Delhi (India) en noviembre de 2017, posibilitaba que grupos productores desfavorecidos del Norte Global, donde la participación en las redes de comercio justo se produce mayoritariamente en la fase de consumo, pudieran pasar a denominarse *“Comercio Justo”*. Esto supondría, por

ejemplo, que alimentos producidos en zonas deprimidas, social y económicamente, en el Estado español pudieran comercializarse bajo la denominación de “*Comercio Justo*” con el consiguiente valor para los consumidores. En términos de desarrollo económico, la consolidación de la práctica de comercio justo en las cadenas cortas de comercialización, de carácter más local, podrían favorecer mejores condiciones para los agricultores, lo que ayudaría a paliar las problemáticas que se asocian a la producción de alimentos en España y el resto de Europa, así como a promover un desarrollo rural más sostenible, con el consiguiente efecto que ello tendría para paliar la despoblación de estas zonas.

Propuestas

- Estudiar la posibilidad de implantar un Sistema de comercio justo en España para reconocer y acreditar las organizaciones y sellos de comercio justo que operan en el territorio con el fin de evitar que se haga un uso fraudulento del término y se pongan en riesgo los derechos de las personas consumidoras y productoras.

El comercio justo: un objetivo y prioridad de la cooperación española

La práctica del comercio justo es, como han venido reconociendo distintas organizaciones internacionales, una herramienta eficaz de cooperación internacional para el desarrollo sostenible, especialmente, para las comunidades productoras. Así lo manifestó en 2006 el propio Parlamento Europeo en su Declaración sobre Comercio Justo y Desarrollo n.º 2245/2005 (INI) en la que puso en valor que *“el comercio justo ha demostrado ser un modo eficaz de fomentar el desarrollo sostenible”*.

De hecho, el comercio justo ha estado muy presente en las políticas de cooperación internacional, tanto en las realizadas por la Unión Europea como en la de distintos estamentos gubernamentales e incluso entes locales y regionales a través de lo que se conoce como cooperación descentralizada. Por ejemplo, la [Ley relativa a la cooperación belga para el desarrollo, del 19 de marzo de 2013](#), especifica que uno de sus objetivos es apoyar el comercio justo y sostenible. Específicamente, indica en su artículo 6.3º que *“en los países en desarrollo, la Cooperación Belga al Desarrollo tiene como objetivo [...] apoyar el comercio justo y sostenible”*. Por su parte, la [Ley francesa de orientación y programación relativa a la política de desarrollo y de solidaridad internacional](#) de 2014, señaló en su artículo 9 que dicha política promovería *“el desarrollo de intercambios basados en el comercio justo y apoyará iniciativas de economía social y solidaria y microcréditos en los países socios”*. Por último, también la [Ley italiana nº 125, de 11 de agosto de 2014, de cooperación internacional](#) mencionó explícitamente al comercio justo como forma de implementar esta política. Además, el artículo 26 de la misma otorgó a *“las organizaciones de comercio justo, finanzas éticas y microcréditos que en sus estatutos establezcan cómo objetivo prioritario es la cooperación internacional para el desarrollo”* la posibilidad de solicitar y recibir financiación para el desarrollo de proyectos de cooperación internacional.

Por su parte, la [Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global](#) solo hace mención al comercio justo, de soslayo, en su

artículo 39 relativo al sector privado empresarial y economía social en referencia a las posibilidades de considerar criterios sociales y ambientales en los procesos de contratación pública. En la misma no se menciona al comercio justo ni entre los principios, los objetivos y las prioridades de la cooperación española. Sorprende que ni tan siquiera su el artículo 4.l) para *“promover economías prósperas, inclusivas y sostenibles”* haga alguna referencia, o en su artículo 4.p) para apoyar el desarrollo económico, social y cultural de los pueblos indígenas y afrodescendientes. Además, hubiera sido muy acertado haber incidido, a través de esta importante Ley, en las políticas comerciales españolas, haciendo referencia a los principios de comercio justo como marco ideal de relaciones comerciales de ámbito internacional a las que debería tender las políticas que regulan a este sector en España. Al fin y al cabo, como ha demostrado el comercio justo, las prácticas comerciales, en coherencia con la política de cooperación internacional, pueden contribuir a favorecer un desarrollo sostenible al que aspiran muchas comunidades y países del mundo.

Por su parte, algunas Comunidades Autónomas si han recogido en sus leyes de cooperación internacional el comercio justo. Es el caso de Castilla y León, quien en el artículo 7.1.j) de su Ley 9/2006, de 10 de octubre, de cooperación al desarrollo, recoge como prioridad sectorial *“la promoción de un comercio justo y responsable en el marco de las relaciones comerciales entre los países desarrollados y los países empobrecidos, que garantice el respeto de los derechos de las personas trabajadoras de los países empobrecidos”*.

Es necesario que el comercio justo esté más presente en las políticas de cooperación internacional, asumiéndolo como uno de los objetivos de la acción pública de este ámbito, a la par que intentar favorecer la coherencia de políticas en las relaciones comerciales del Estado español con otros países.

Propuestas

- Considerar al comercio justo como una herramienta eficaz de cooperación al desarrollo y considerarlo como una prioridad u objetivo de la política pública de la cooperación española, específicamente, en el artículo 4.l) y p) de la Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global.

- Mencionar en el artículo 38 o 39 de la Ley, relativo a la definición de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo y la sociedad civil, así como el sector privado empresarial y economía social respectivamente, a las organizaciones de comercio justo, finanzas éticas y microcréditos que tienen entre sus objetivos la cooperación al desarrollo.

Compra pública ética (CPE): priorizar la adquisición de productos de comercio justo en la contratación pública de bienes y servicios

La contratación pública se ha convertido, hoy en día, en uno de los instrumentos estratégicos más relevantes para dar coherencia a la gestión pública y garantizar un mayor impacto de las políticas públicas en términos de desarrollo social y económico. Tanto es así que la propia legislación, en muchas partes del mundo, ha puesto en valor este aspecto de la contratación pública incluso obligando a tenerlos en cuenta a los órganos de la Administración Pública que adquirieren productos, servicios y obras.

La [Directiva Europea 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014 sobre contratación pública, por la que se deroga la Directiva 2004/18/CE](#), reconoce que la consideración de elementos innovadores en la adquisición de bienes y servicios procura *“amplias ventajas económicas, medioambientales y sociales, al generar nuevas ideas, plasmarlas en productos y servicios innovadores y, de este modo, fomentar un crecimiento económico sostenible”*. Específicamente, como se expresa en el Considerando 64 de la Directiva *“entre los criterios y condiciones relativos a dicho proceso de producción o prestación figura, por ejemplo, el suministro o la utilización de productos basados en un comercio justo, especialmente aquellos en los que se considera como requisito el pago de un precio mínimo y una prima a los productores”*.

A raíz de esta norma, los Estados miembro de la UE traspusieron a su legislación nacional este nuevo marco comunitario para la armonización de los procesos de contratación pública. Por ejemplo Italia, en su [Decreto Legislativo de 31 de marzo de 2023, nº 36, Codice dei contratti pubblici](#) estableció que todas las entidades contratantes contribuirán a la consecución de los objetivos ambientales establecidos en el Plan de Acción para la sostenibilidad ambiental del consumo en el sector de la administración pública. Posteriormente, su Ministerio de Medio Ambiente quien a través de su [Decreto Ministerial de 10 de marzo de 2020 sobre la adopción de los Criterios Ambientales Mínimos \(CAM\)](#) para el sector de *“los servicios de comida colectivos y el suministro de productos alimenticios”* (al que en este documento se denomina de *“alimentos y servicios*

de comida”) obligó a todos su órganos de contratación a adquirir café, piña y banana de comercio justo. Concretamente, estableció que los criterios de comercio justo debían forma parte obligatoria de los requisitos esenciales (las especificaciones técnicas y las condiciones de ejecución del contrato). Literalmente, el Decreto establece como requisito que alimentos como el chocolate, la piña o el plátano deben *“provenir de comercio justo como parte de un sistema de certificación reconocida o una iniciativa de múltiples partes interesadas como Fairtrade, la Organización Mundial de Comercio Justo o equivalente”*.

En el caso del Estado español, la transposición de la Directiva quedó traspuesta a través de la [Ley 9/2007, de 8 de noviembre, de contratos del sector público](#). En ella, el comercio justo quedó respaldado y mencionado en varios de sus artículos. En su Preámbulo, se marca el objetivo de la propia Ley indicando que pretende *“favorecer el respeto hacia los derechos humanos, y en especial hacia los derechos laborales básicos de las personas trabajadoras y de los pequeños productores de países en vías de desarrollo [...] cumpliendo los principios de comercio justo”*. Este compromiso se materializa en su articulado: se menciona al etiquetado de comercio justo en el artículo 127, se establece la posibilidad de valorar las ofertas que incluyan productos de comercio justo, tal como establece su artículo 145, o en su artículo 202 se da la posibilidad a los órganos de contratación de exigir como condición especial de ejecución de un contrato que se garantice *“el respeto a los derechos laborales básicos a lo largo de la cadena de producción mediante la exigencia del cumplimiento de las Convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, incluidas aquellas consideraciones que busquen favorecer a los pequeños productores de países en desarrollo, con los que se mantienen relaciones comerciales que les son favorables tales como el pago de un precio mínimo y una prima a los productores o una mayor transparencia y trazabilidad de toda la cadena comercial”* en alusión directa al comercio justo. Igualmente, el artículo 147 marca como criterio de desempate que preferentemente se adjudique un contrato, ante dos o más ofertas con igual puntuación, a aquella que haya sido presentada por *“entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo para la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de comercio justo”*. Sin lugar a dudas, la Ley de contratos públicos es taxativa con relación a la posibilidad de considerar criterios de comercio justo y exigir o valorar el uso de productos de comercio

justo durante la ejecución de los contratos.

Al contrario de lo que hizo Italia a través de su Decreto Ministerial de 10 de marzo de 2020 sobre la adopción de los Criterios Ambientales Mínimos (CAM), el Estado español no ha respaldado al comercio justo en sus dos planes de referencia para incentivar una contratación pública con criterios ambientales y sociales; ni el [Plan de Compra Pública Ecológica](#) ni el [Plan de Impulso de la contratación socialmente responsable](#) impulsan el comercio justo, sólo en este último se hace suscita referencia en su Exposición de Motivos sin obligar a los órganos de la Administración General del Estado (AGE) a incorporar criterios de comercio justo en sus contrataciones.

A la vista de la senda jurídica seguida por otros países europeos, el Gobierno de España debería impulsar el comercio justo a través de estos dos instrumentos que pretenden favorecer una contratación pública estratégica. Deben implementar medidas que aseguren que la adquisición de productos de comercio justo sea una práctica generalizada en, al menos, la Administración Central, sin descartar la posibilidad de incluir a futuro mayores exigencias con relación a la consideración de criterios sociales y ambientales, incluidos los del comercio justo, en la Ley de Contratos del Sector Público.

Propuestas

- Incluir en el Plan de Impulso de la contratación socialmente responsable la obligatoriedad, para toda la AGE y sus organismos autónomos, que en el caso de adquirir suministros de alimentos como el café, el té, el azúcar de caña o el cacao o sus derivados (chocolate, etc.) éstos tengan que provenir de redes de comercio justo y estar debidamente certificados o acreditados.
- Incluir en el Plan de Compra Ecológica, concretamente, en la tabla 1 de criterios y especificaciones dedicada a contratos de *Alimentación y servicios de restauración* la exigencia de adquirir o usar, cuando así lo exija el contrato o la concesión administrativa, café, té, azúcar de caña y cacao o sus derivados (chocolate, etc.) éstos tengan que provenir de redes de comercio justo y estar debidamente certificados o acreditados.

Gobernanza y compromiso político con el comercio justo

Declaraciones institucionales en favor de un comercio justo

Declarar el compromiso político es el paso previo y necesario para comunicar a la ciudadanía la apuesta por una política pública. Por ello, son numerosos los países que, a través de las declaraciones de sus instituciones y órganos gubernamentales han apoyado públicamente el comercio justo, incidiendo de forma decidida en la opinión pública y la ciudadanía en general.

Por ejemplo, el parlamento belga, aprobó en 2017 una [Resolución para promover el comercio justo y la campaña “Hacer de Bélgica un país de Comer Hiperlink”](https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2496/54K2496001.pdf) ["https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2496/54K2496001.pdf"](https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2496/54K2496001.pdf) [cio Justo](https://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/2496/54K2496001.pdf) en la que invitó a *“las distintas autoridades públicas, la ciudadanía, asociaciones, responsables políticos, sector de la hostelería, empresas en general, colegios, etc. a poner al comercio justo en el lugar que se merece, participando en la campaña “hacer ¡Bélgica, el país del comercio justo!” así como instando a su propio Gobierno a coordinarse “con los gobiernos federales para dar coherencia a las iniciativas en favor del comercio justo, aprovechando las sinergias generadas para asegurar el apoyo mutuo, la eficacia y la relevancia de dichas acciones”.*

También, diferentes instituciones europeas, como la propia Comisión, el Parlamento o el Comité de las Regiones ha reiterado su apoyo al comercio justo. Por su parte, las entidades locales y universidades españolas han manifestado igualmente su apoyo al comercio justo a través de resoluciones y iniciativas similares, aprovechando efemérides como las del Día Mundial del Comercio Justo (DMCJ), celebrado anualmente el segundo sábado de mayo, o con motivo de su participación en la campaña de ‘Ciudades por el Comercio Justo’. En este sentido, cabe destacar la [Declaración de las universidades españolas a favor del comercio justo y el consumo responsable](#), realizada en el seno de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE), y que fue aprobada en Bruselas el 17 de enero de 2017 por la Comisión Ejecutiva de CRUE Internacionalización y Cooperación.

En 2012 el Congreso español aprobó una [Proposición no de Ley sobre el fomento del comercio justo y el consumo responsable](#) en la que instaba al Gobierno de España a:

- Crear una comisión paritaria gobierno-sociedad civil para estudiar y proponer medidas de fomento del comercio justo y el consumo responsable, tanto en el ámbito público como en el privado, y consensuar medidas de promoción, de reconocimiento y de fortalecimiento de las Organizaciones de Comercio Justo como agentes comercializadores y sensibilizadores.
- Desarrollar una normativa en materia de contratación pública las medidas para la implantación generalizada del comercio justo y la CPE.
- Impulsar una campaña institucional dirigida a concienciar a la ciudadanía y a las empresas privadas sobre la necesidad de un consumo responsable y sobre el comercio justo.
- Llevar a cabo medidas para la difusión del concepto, del consumo responsable y comercio justo, especialmente en los centros educativos, y la difusión de las buenas prácticas del comercio justo y sus productos en la ciudadanía en general y en la empresa privada.
- Consensuar con la Comisión anteriormente indicada, la posición del Estado español ante las iniciativas que respecto al comercio justo se impulsen en las instituciones de la Unión Europea y de Naciones Unidas.

Más de 10 años después estas iniciativas no se han materializado. Por ello, se hace necesario un nuevo impulso que avive el compromiso con el comercio justo que impregne las políticas públicas.

Propuestas

- Aprobar una nueva Proposición No de Ley, consensuada con los agentes sociales y empresariales, para articular espacios de participación y gobernanza así como otras actuaciones gubernamentales para impulsar el comercio justo.
- Establecer un compromiso expreso de las Cortes Generales para celebrar anualmente el DMCI con actos y eventos específicos.

Estrategias y planes a favor del comercio justo

La planificación estratégica, en políticas para favorecer una producción y consumo basada en criterios de comercio justo, parece más que necesaria para llevar a cabo esta empresa. Así lo han entendido muchos países en el mundo. Por ejemplo, Brasil a través de su Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES) incluyó en su plan plurianual para la economía solidaria de 2004-2007, al comercio justo entre las acciones de *“promoción del consumo ético y el Comercio Justo”*. Más recientemente, Ecuador puso en marcha la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2016-2025 con carácter de política pública oficial del Estado, como marco jurídico rector para la implementación de todas las acciones que pretendía llevar a cabo en este ámbito, con el objetivo de promover el ‘buen vivir’ (o *“sumak kawsay”* en quechua) en el país.

Ya en el ámbito europeo, países como Francia pusieron en marcha un primer [Plan nacional de Acción de Comercio Justo](#) que se extendió de 2013 a 2017, y que estuvo dotado con una financiación de 7 millones de euros. Dicho Plan contemplaba 5 claros objetivos, que eran los siguientes:

- Estimular la oferta de productos de sectores de comercio justo en el Sur Global.
- Aumentar las ventas de productos de comercio justo en el Norte.
- Fortalecer la confianza del público en los sellos de comercio justo.
- Reequilibrar las cadenas de valor o comerciales en favor de los productores.
- Apoyar institucionalmente a los actores y principios del comercio justo

También se reconoce al comercio justo en la [Estrategia internacional francesa para la seguridad alimentaria, la nutrición y la agricultura sostenible](#) como *“una forma de asegurar cadenas de valor estables y bien remuneradas para las explotaciones familiares”* y en la [Estrategia francesa Innovar juntos](#) que apunta a promover iniciativas de asociación e inversiones de impacto en la economía inclusiva, social y solidaria.

El Estado español adolece de cualquier iniciativa similar a las presentadas anteriormente. El [V Plan Director de la Cooperación Española 2018-2021](#), solo incluyó una mención al comercio justo en su Línea de Acción 2.3.B. para *“apoyar, entre otros, la formación de organizaciones de productores y cooperativas, o el comercio justo”*. Sorprende que, en el ámbito del consumo, no se mencionara al comercio justo en su Línea de Acción 12.6.A. para *“fomentar la transformación de los modelos de negocio para la alineación del sector empresarial con prácticas sostenibles”*. Sin embargo, ello contrasta con el compromiso que sí han demostrado algunas Comunidades Autónomas como la de Aragón, que a través de su [Plan Anual de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo del año 2023](#) hace varias referencias al comercio justo. Específicamente, lo incluye como ámbito sectorial de actuación prioritaria en India, o como parte de las políticas de promoción del consumo y producción responsables. Igualmente, reserva el 50% del Fondo de Solidaridad con los países más desfavorecidos a programas que incidan en el desarrollo económico y social de los pueblos, como para la formación y asistencia técnica previstas en las iniciativas y redes de comercio justo, así como un 10% de dicho Fondo a acciones de educación y sensibilización, incluidas la relativas a la concienciación sobre el comercio justo.

Se hace necesario que el Gobierno de España, y el resto de gobiernos autonómicos, impulsen y apoyen al comercio justo a través de planes y estrategias que incidan directamente en el desarrollo de las comunidades productoras del Sur Global, e incrementen el consumo de productos de comercio justo para favorecer un desarrollo global sostenible.

Propuestas

- Instar al Gobierno de España a desarrollar un Plan o Estrategia nacional de acción a favor del comercio justo que implique a sociedad civil y las empresas para favorecer una mayor oferta y demanda de productos de comercio justo en el país, a mejorar la confianza y el conocimiento de la ciudadanía con respecto a los sellos de comercio justo y apoyar institucionalmente a los actores y principios del comercio justo en las políticas comerciales que impulse el Gobierno español.

- Dotar con financiación pública la inversión en proyectos que promuevan la transformación y la producción de productos de comercio justo, tanto en España como en los países productores respectivamente.

Coordinación y reconocimiento de los agentes sociales y empresariales del comercio justo

El reconocimiento y coordinación con los agentes del comercio justo es fundamental para acompañar el proceso de expansión y crecimiento que tendrá este sector en el futuro próximo, a través de las políticas públicas para un desarrollo sostenible e inclusivo. Diferentes países han articulado este reconocimiento y coordinación de diferentes formas.

Por ejemplo, en el caso de Brasil, a través de la Ordenanza n.º 1.78037, de noviembre de 2014, se creó la Comisión Nacional para el Registro y la Información sobre Comercio Justo y Solidario, también conocida como CADSOL, a través de la que se reconocía a las organizaciones y entidades que respetaban los principios de comercio justo en su gestión. Ello ha servido para consolidar y materializar el Sistema de Comercio Justo y Solidario expuesto anteriormente.

Otra iniciativa de gobernanza la tenemos en Francia, donde a iniciativa del gobierno se creó en 2007 la Comisión Nacional de Comercio Justo (CNCE por sus siglas en francés), como un organismo público francés, creado a través del [Decreto nº 2007-986 del 15 de mayo de 2007](#), encargado de validar a los organismos de certificación de comercio justo, en un intento por evitar el uso del término de forma fraudulenta ante los consumidores, por ejemplo, como estrategia de “*greenwashing*”. Su creación se produjo tras la introducción en la Ley del 2 de agosto de 2005. La CNCE estuvo compuesta por representantes del gobierno, por actores especializados en el comercio justo, grandes cadenas de distribución comercial, organizaciones no gubernamentales de cooperación internacional y asociaciones de consumidores y ecologistas.

En España no existen espacios de participación y gobernanza pública para el impulso del comercio justo. Por ejemplo, en el Consejo de Cooperación al Desarrollo,

órgano consultivo de la AGE, no hay ninguna representación expresa de las entidades de comercio justo como parte de los agentes sociales de la cooperación, más allá de la representación indirecta que de este sector pudiera darse a través de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES). Tampoco en el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU), regulado en el artículo 38 del [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios](#), se ha previsto la representación de agentes vinculados a la promoción de un consumo sostenible, lo que hace que adolezca de presencia de los agentes de comercio justo.

Sí cabe destacar la articulación y coordinación local de las iniciativas de comercio justo por parte de los agentes públicos, sociales y empresariales en diferentes municipios españoles a través, por ejemplo, de la campaña de “Ciudades por el Comercio Justo”. Por ejemplo, en el marco de esta campaña, el Ayuntamiento de Madrid puso en marcha su **Foro Municipal de Comercio Justo** (FMCI), creado a través del [Decreto de Alcaldía de 9 de septiembre de 2016](#), que tiene la función de coordinación y comunicación entre las distintas áreas del gobierno municipal y entre los diferentes agentes sociales y privados para mantener los criterios establecidos en el programa internacional. En éste hay representación del Gobierno municipal, de los agentes del comercio justo, agentes representativos del sector empresarial, especialmente del comercio, la hostelería y la distribución comercial, y las asociaciones de consumidores.

Propuestas

- Crear espacios de interlocución entre el Estado, la sociedad civil y las empresas para impulsar iniciativas de comercio justo de forma coordinada, así como poner en marcha las actuaciones que se consensuen.
- Incorporar representación del movimiento de comercio justo en el Consejo de Cooperación y en el en el Consejo de Consumidores y Usuarios de la AGE.
- En el marco de un Sistema integral de comercio justo, crear un registro público de Organizaciones de Comercio Justo que valide a las certificadoras y sellos de comercio justo para evitar un uso fraudulento del término.

Acción gubernamental por un comercio justo

Acuerdos y programas de colaboración público-privada para promover un comercio justo

No cabe duda que el impulso y respaldo gubernamental a actuaciones que permitan favorecer un comercio justo en las relaciones de comercio internacional se torna imprescindible en un mundo que transita hacia otra forma de desarrollarse globalmente, tal como pone de manifiesto la Agenda 2030 de Naciones Unidas u ODS. Por ello, no son pocos los países que han comenzado a involucrarse en iniciativas que permitan impregnar el comercio internacional de prácticas más respetuosas con los derechos de las comunidades productoras.

Una de las iniciativas más destacadas fue la puesta en marcha de la [Iniciativa de Comercio Sostenible \(IDH\)](#), impulsada y conformada por entidades del sector público y privado de Suiza, los Países Bajos y Dinamarca, con la que se pretende que la industria de la importación de alimentos comience a operar bajo principios éticos y de comercio justo en sus relaciones comerciales. En el marco de la misma, y dentro de la campaña '**Beyond Chocolate Initiative**', el gobierno belga respaldó con 2,5 millones de euros esta iniciativa con el objetivo de que, particularmente, su industria chocolatera aplicara una gestión 100% con principios de comercio justo en 2025. El desarrollo de proyectos sujetos a esta iniciativa comenzó el pasado 2019. Destaca uno de ellos se centra en [garantizar un ingreso digno para los productores de cacao de Costa de Marfil](#).

Por su parte, el Gobierno Federal Alemán, a través de su Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ), viene promoviendo actividades en el marco del [Pro HYPERLINK "https://www.developpp.de/en"grama develoPPP](#) con el sector privado para identificar y aprovechar oportunidades empresariales en coherencia con la política de desarrollo. Las empresas que quieran invertir de forma sostenible en un país emergente y en desarrollo, y ampliar sus operaciones locales, pueden recibir apoyo financiero y técnico

en el marco del programa soportado por el Gobierno alemán. A través de este programa se han financiado iniciativas de varias empresas para certificar sus productos con el sello de comercio justo, así como aplicar medidas éticas en la gestión de sus cadenas de valor para favorecer el desarrollo sostenible de sus proveedores. Destacan algunos proyectos desarrollados en el Congo, Ghana o Indonesia, entre otros.

Igualmente, la firma de acuerdos y convenios para la promoción del comercio justo en el ámbito de la sensibilización ciudadana, con el objetivo de transformar el comercio internacional incentivando la demanda, puede ser un buen instrumento para incidir en este cambio tan necesario. Por ejemplo, la Unión Europea ha respaldado a diferentes organizaciones de comercio justo para llevar a cabo iniciativas de investigación y promoción del comercio justo. También en España, algunas entidades territoriales han impulsado la firma de convenios para promover el comercio justo, dotados económicamente por Comunidades Autónomas y entidades locales. Es el caso de la Generalitat Valenciana quien ha mantenido vivo un convenio de colaboración con la Coordinadora Valenciana de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (CVONGDs) para, entre otras actividades, celebrar el DMCJ o promover la CPE entre las entidades públicas valencianas, dotado en 2023 con 250.000 euros.

Propuestas

- Impulsar un programa de colaboración público-privada, o respaldar alguno existente, para impulsar la aplicación de medidas o actuaciones basadas en los principios de comercio justo en la industria española de la importación de materias primas o bienes fabricados en terceros países de la UE, en especial con el sector textil, de la alimentación y la informática.
- Alcanzar acuerdos con las entidades representativas del movimiento de comercio justo para impulsar actividades de conocimiento y sensibilización ciudadana a favor del comercio justo.

Sensibilización y concienciación para un consumo responsable y un comercio justo

La sensibilización y concienciación de las personas consumidoras es esencial para catalizar el cambio hacia un modelo de desarrollo más sostenible. La puesta en marcha de campañas que contribuyan a favorecer el compromiso de la ciudadanía debe implementarse con cierta periodicidad y estabilidad para garantizar su impacto a medio y largo plazo.

En este sentido, la iniciativa internacional de ‘Ciudades por el Comercio Justo’ puesta en marcha por diferentes agentes de comercio justo (en España está coordinada por IDEAS Comercio Justo), ha venido acogiendo y promoviendo gran parte de las acciones de coordinación y cooperación entre los agentes públicos, empresariales y sociales para promover el conocimiento y sensibilización con respecto al comercio justo. Igualmente, efemérides como las del DM CJ, celebrada anualmente el segundo sábado de mayo, ha ayudado a dar periodicidad y estabilidad a iniciativas de promoción y sensibilización del comercio justo.

En el marco de esta iniciativa, la campaña “*Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo*”, nacida en 2016 y respaldada a través de una resolución del Parlamento belga, esta institución se comprometió a organizar un evento promocional en el Parlamento con frecuencia anual, y de apoyar una Semana del Comercio Justo. Por su parte, Francia también ha respaldado la celebración de ‘*Quincenas por el Comercio Justo*’ y la campaña de las Ciudades francesas de Comercio Justo (*Territoires de Commerce Équitable*) coordinadas por la Plataforma nacional francesa de comercio justo y la Federación Artisans du Monde. Igualmente, a estas organizaciones se les concedió, en el marco de un programa de educación y sensibilización para el comercio justo, una financiación de 700.000 euros por parte del Gobierno francés.

También en España, aunque a través de proyectos solicitados por las propias organizaciones de comercio justo a través de convocatorias de subvenciones de concurrencia competitiva, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) ha financiado la celebración de actividades en el marco del DM CJ o a través de la campaña de 'Ciudades por el Comercio Justo'. En este ámbito, destaca el compromiso de las entidades públicas territoriales, tanto de carácter autonómico como local. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Córdoba viene respaldando desde el año 1999 la celebración del DM CJ en la localidad gracias a un convenio de colaboración suscrito con IDEAS, una de las entidades sociales pioneras en la ciudad y en el Estado en el desarrollo y consolidación del comercio justo.

Propuestas

- Aspirar a conseguir el título de '*España, país por el comercio justo*' en el marco de la iniciativa internacional '*Fair Trade Towns*'.
- Financiar el impulso y coordinación de la celebración del DM CJ o cualquier otra iniciativa estatal para sensibilizar y concienciar a la ciudadanía, como la campaña de '*Ciudades por el Comercio Justo*'.

Cooperación internacional con los grupos productores de comercio justo.

El comercio justo es una herramienta eficaz para el desarrollo sostenible de las comunidades productoras ubicadas en países empobrecidos del Sur Global. Por ello, es un instrumento eficaz para promover la cooperación internacional y, por ende, debe estar más presente en estas políticas públicas. Así ha sido reconocido por parte de organizaciones internacionales como la Comisión o el Parlamento Europeos.

Durante la última década, algunos países han apostado decididamente por el comercio justo como política de cooperación internacional. Por ejemplo, Francia reconoció al comercio justo como una de sus prioridades de estas políticas en el seno el Comité Interministerial de Cooperación Internacional y Desarrollo (CICID/2013) aspirando a financiar, al menos, un programa de Comercio Justo cada año desde entonces. Fruto de este renacimiento, tras varios años de negociaciones, en 2015 la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD) puso en marcha el [Programa Équité](#) destinado a cinco países del África Occidental, por un valor de EUR 3,9 millones de euros, con varios objetivos, entre los cuales se encontraba *“respaldar la estructuración de las organizaciones de productores en el Sur Global para que operaran a través del comercio justo, reforzar las capacidades comerciales, de gobierno y de gestión de las cooperativas de cacao de Comercio Justo en Costa de Marfil, consolidar los ecosistemas institucionales de Comercio Justo, utilizar el Comercio Justo como palanca para acelerar las transiciones ecológicas en los métodos de producción y procesamiento que puedan conducir a la certificación orgánica y velar por la promoción de la igualdad de género y la integración de los jóvenes en los sectores de Comercio Justo”*. Este programa ha sido participado activamente por diferentes entidades como Commerce Équitable France y la ONG Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras. También países como Italia y Bélgica han desarrollado iniciativas de cooperación internacional en colaboración con ONGDs y otras entidades sociales.

En el caso de España, la sociedad civil organizada y las ONGDs han venido

desarrollando proyectos y programas de cooperación internacional para el desarrollo que han favorecido a las comunidades productoras. Dicha financiación ha provenido de entidades de todo nivel territorial, tanto estatal como autonómico como local. Destaca el papel de las agencias española y autonómicas de cooperación internacional para el desarrollo en la financiación de estas iniciativas, también la de algunos ayuntamientos. Entidades como Oxfam Intermón, Fundación Vicente Ferrer o Setem han destacan por su amplia trayectoria en la ejecución de programas y proyectos de cooperación al desarrollo vinculadas a iniciativas de comercio justo en el Sur Global.

Propuestas

- Integrar en la política pública de cooperación estatal y autonómica, actuaciones concretas que favorezcan el comercio justo.
- Crear líneas específicas de financiación de proyectos de cooperación internacional vinculadas a comunidades productoras de comercio justo.

Conclusiones

El comercio justo es un sistema consolidado que contribuye al desarrollo global sostenible. Su presencia en las políticas públicas es aún escasa, por lo que debe incorporarse de una manera más transversal y determinante en la agenda pública para catalizar la necesaria transición ecosocial ante problemáticas como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la pobreza y la desigualdad.

Por su parte, el marco político actual, especialmente en Latinoamérica, Europa y en España, es favorable a la aplicación de políticas que apoyen o fomenten los principios de comercio justo, tanto para impulsar mayor presencia en el mercado de productos certificados, como para motivar y promover una gestión empresarial más ética de las relaciones comerciales internacionales y locales con terceros, especialmente si éstos están ubicados o desarrollan su actividad en países empobrecidos. Más allá del plano declarativo el impulso del comercio justo requiere de la gobernanza y de la gestión pública, de praxis.

En el caso de la Unión Europea, se hace más que urgente disponer de un marco normativo que evite las transacciones comerciales con terceros países que no respeten los derechos laborales básicos en la cadena comercial, para evitar el *dumping social*. Por tanto, es más que necesario que se apruebe definitivamente y transponga la [Directiva de Debida diligencia para las empresas en materia de derechos humanos y sostenibilidad](#), que se ha impulsado desde el Consejo y el Parlamento Europea gracias a la movilización de la sociedad civil. Ello podría evitar que se produjera una competencia desleal entre las empresas que operan en la UE y las que lo hacen en otras partes del mundo para que comercializan en la UE sus productos.

En el caso de España, se debe avanzar hacia una mayor presencia del comercio justo en las políticas públicas como forma de apoyo, sin ambages, a formas de producción y consumo que promuevan un desarrollo sostenible en el marco de la Agenda 2030 de Naciones Unidas u ODS. En este sentido, podría seguir la estela de la experiencia desarrollada en Latinoamérica, por ejemplo, en incorporando referencias explícitas al comercio justo y los derechos humanos en la CE, redefiniendo los principios rectores de la política social y económica, recogidos en el Capítulo III del

Título I, incluyendo su intención de ***favorecer relaciones comerciales justas con otros países del mundo, basadas en el reconocimiento y respeto mutuo, la garantía de los derechos humanos y la protección del medio ambiente***, etc. Igualmente, podría hacer referencia a los principios de comercio justo en sus competencias de acción exterior. También, los Estatutos de Autonomía pueden contribuir a resaltar el comercio justo como forma de desarrollo sostenible y herramienta eficaz para la cooperación internacional para reducir las desigualdades y la pobreza.

Por otra parte, dos leyes estatales deberían mencionar y poner en valor el comercio justo. Por un lado, la tramitación de la Ley Integral de Impulso de la Economía Social, a través de la cual se van a modificar algunas leyes del ramo, podría reconocer los principios de comercio justo en su articulado tal como lo ha hecho el Estado francés en una ley homóloga, específicamente, definiendo y relacionando los principios de comercio justo. Otra de las leyes que debe incluirlo entre sus objetivos y prioridades es la Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global, poniendo en valor su potencial como herramienta eficaz para reducir la pobreza y la desigualdad en el planeta. Por extensión, la Estrategia Española de Economía Social y el Plan Director de la Cooperación Española, respectivamente, deberían incorporar medidas específicas de fomento de un consumo responsable y un comercio justo.

Por otro lado, la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos públicos debe ser mucho más ambiciosa con relación a la consideración de clausulado ético de comercio justo en las adquisiciones de bienes y servicios por parte de las entidades públicas. Los planes estatales de compra pública social y verde deben obligar los órganos de contratación de la AGE a usar y adquirir productos de comercio justo a través de sus compras y concesiones administrativas para estimular este mercado y promover una gestión empresarial más ética y responsable de los proveedores del sector público, especialmente, en los contratos de suministro de alimentos, y servicios de comedor, catering o cafeterías.

Igualmente, el comercio justo debería estar más presente en el discurso público. La aprobación de declaraciones institucionales o la celebración de efemérides

como las del DMCJ, podrían ser buenas prácticas que deberían contar con más apoyo institucional. Se debería impulsar una Proposición No de Ley en las Cortes Generales para respaldar al comercio justo y reivindicar la implementación de políticas gubernamentales de impulso.

En cuanto a la gobernanza de las políticas públicas se debería asegurar la representación de los agentes del comercio justo en los espacios de participación ciudadana, tales como el Consejo de Cooperación al Desarrollo dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, o incluso crear espacios de elaboración colectiva de políticas públicas para fomentar el comercio justo, en los que se asegure la participación de todos los actores (empresas, ONGDs, organizaciones del Tercer Sector, etc.) siguiendo la experiencia de países como Francia o Brasil.

Por último, la acción gubernamental se torna imprescindible para materializar todas estas medidas e impulsar el mercado de productos de comercio justo en España. Por ejemplo, con actuaciones como la puesta en marcha de programas o acuerdos para impulsar la práctica del comercio justo en la gestión de las compras de empresas importadoras (en especial, las de la industria del procesamiento del café, el chocolate, el té, etc.), la puesta en marcha de campañas de sensibilización ciudadana a favor de prácticas de consumo responsable y comercio justo, la financiación de proyectos de cooperación internacional vinculados a comunidades productoras de comercio justo y el impulso de prácticas de CPE.

Referencias

Bibliografía

- Aguilar Poaquiza, J. B., Avalos Peñafiel, V. G., Moncayo Sánchez, Y. P., & Carrión Torres, M. V. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 49-63.
- Álvarez, C. S. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad y Desarrollo*, (30), 149-172.
- Castro, N., & Villadiego, L. (2020). *Carro de combate: Consumir es un acto político*. Editorial Clave Intelectual.
- Comet-Herrera, D. (2016). Comercio Justo: Una alternativa comercial sostenible y respetuosa con los Derechos Humanos. *Antropología Experimental*, (16), 71-78.
- Comet-Herrera, D. (2022). El comercio justo en las políticas y prácticas institucionales de las universidades españolas. *Revista iberoamericana de estudios de desarrollo - Iberoamerican journal of development studies*, 11(2), 256-288.
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2023). El Comercio Justo en España 2022. Ed. CEJ.
- Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía. Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (7), 11-26.
- Coscione, M. (2017). Comercio Justo y Objetivos de Desarrollo Sostenible. *CLAC (Ed.)*, 8, 19.
- Fridell, G. (2004). The fair trade network in historical perspective. *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, 25(3), 411-428.
- García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?. *Polis*, 7(1), 105-140.
- García de Vinuesa, M. (2016). 30 años de Comercio Justo en España. *Alterconsumismo, El País*. Publicado el 25 de octubre de 2016.
- Pérez de Armiño, K. (dir.), (2008). *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*. Icaria Editorial y Hegoa. Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.
- Raynolds, L. T., & Long, M. A. (2007). Fair/Alternative Trade: historical and empirical dimensions. In *Fair Trade* (pp. 31-48). Routledge.

UNCTAD. (2009). Aid for Trade and Development. In *Aid for Trade: Global and Regional Perspectives: 2007 World Report on Regional Integration* (pp. 5-27). Dordrecht: Springer Netherlands.

Vasileva, V., & Reynaud, D. (2021). Políticas públicas sobre comercio justo. *Ed. Fair Trade Advocacy Office y Fairtrade*.

Wilson, B. R., & Mutersbaugh, T. (2015). Fair trade certification, performance and practice. In *Handbook of research on fair trade* (pp. 281-297). Edward Elgar Publishing.

Documentos jurídicos

Constitución de la República de Ecuador de 2008.

Constitución Española de 1978.

Directiva europea de Debida diligencia para las empresas en materia de sostenibilidad.

Directiva Europea 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014 sobre contratación pública, por la que se deroga la Directiva 2004/18/CE.

Comunicación de la Comisión Europea sobre “Contribución al desarrollo sostenible : el papel del comercio justo y de los sistemas no gubernamentales de garantía de la sostenibilidad comercial” (COM/2009/0215 final).

Declaración del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo n.º 2245/2005 (INI).

Ley española 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social.

Ley española 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Derogada).

Ley española 31/2015, de 9 de septiembre, por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo y se adoptan medidas de fomento y promoción del trabajo autónomo y de la Economía Social.

Ley belga de cooperación para el desarrollo, de 19 de marzo de 2013.

Ley francesa de la Economía Social y Solidaria aprobada el 21 de julio de 2024.

Ley francesa de orientación y programación relativa a la política de desarrollo y de solidaridad internacional de 2014.

Ley italiana nº 125, de 11 de agosto de 2014, de cooperación internacional.

Decreto Legislativo italiano de 31 de marzo de 2023, nº 36, *Codice dei contratti pubblici*.

[Real Decreto Legislativo español 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.](#)

Decreto Presidencial brasileño nº 7.358 del 17 de noviembre de 2010.

Decreto Ministerial italiano de 10 de marzo de 2020 sobre la adopción de los Criterios Ambientales Mínimos (CAM).

Decreto francés nº 2007-986, de 15 de mayo de 2007, de validación de los organismos de certificación de comercio justo.

Decreto de 9 de septiembre de 2016 de la Alcaldía de Madrid, por el que se crea el Foro Municipal de Comercio Justo y se regula de su composición y funcionamiento.

Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2016-2025.

Estrategia internacional francesa para la seguridad alimentaria, la nutrición y la agricultura sostenible.

Estrategia francesa Innovar Juntos.

Plan español de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado, sus organismos autónomos y las entidades gestoras de la Seguridad Social (2018-2025).

Plan español para el impulso de la contratación pública socialmente responsable.

Plan plurianual brasileño para la economía solidaria de 2004-2007.

[Plan nacional francés de Acción de Comercio Justo](#) 2013-2017.

V Plan Director de la Cooperación Española 2018-2021.

Plan Anual de la Cooperación Aragonesa para el Desarrollo del año 2023.

Programa alemán DeveloPPP.

Programa francés Équité.

Resolución del parlamento belga para promover el comercio justo y la campaña “Hacer de Bélgica un país de Comercio Justo” de 31 de mayo de 2017.

Declaración de las universidades españolas a favor del comercio justo y el consumo responsable aprobada en Bruselas el 17 de enero de 2017 por la Comisión Ejecutiva de Crue Internacionalización y Cooperación.

Proposición no de Ley sobre el fomento del comercio justo y el consumo responsable aprobada por el Congreso de los Diputados español el 12 de octubre de 2012.

Ordenanza brasileña n.º 1.78037, de noviembre de 2014, de creación de la Comisión Nacional para el Registro y la Información sobre Comercio Justo y Solidario.