

GUÍA PRÁCTICA PARA INCORPORAR LA COMPRA PÚBLICA ÉTICA EN LOS AYUNTAMIENTOS



**MUNICIPIOS,
COOPERACIÓN
Y SOLIDARIDAD**

JORNADA SOBRE
LA COOPERACIÓN
AL DESARROLLO
MUNICIPAL COMO
HERRAMIENTA EFICAZ
EN LA LUCHA

**CONTRA LA
*POBREZA**



Las administraciones públicas
como agentes de Desarrollo Sostenible



MUNICIPIOS, COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD

JORNADA SOBRE
LA COOPERACIÓN
AL DESARROLLO
MUNICIPAL COMO
HERRAMIENTA EFICAZ
EN LA LUCHA

CONTRA LA * POBREZA



Esta Guía es una actualización de la publicada en 2010 por **La Tenda de Tot el Món** [comerc just, solidari i responsable del Camp de Morvedre] y que se enmarcó dentro de las actividades desarrolladas en el Proyecto “Compra Pública Ética. Introducción del Comercio Justo en los contratos administrativos y en las organizaciones sociales”, cofinanciado por la Conselleria de Solidaridad y Ciudadanía de la Generalitat Valenciana.

La presente edición se realiza con motivo de la Jornada “Municipios Cooperación y Solidaridad. Cooperación al Desarrollo Municipal como herramienta eficaz en la lucha contra la pobreza” organizada por la **Coordinadora Valenciana de ONGD** con el apoyo de la **Diputación de Valencia**, que tuvo lugar el jueves 9 de mayo de 2013 en el Centre Cultural Benificència de Valencia.

Edición y redacción: La Tenda de Tot el Món

Textos revisados por David Comet Herrera,
director del Departamento de Compra
Responsable de IDEAS [Iniciativas de
Economía Alternativa y Solidaria, Soc. Coop. And]

Diseño y maquetación: Sergi Bonaque

2013, La Tenda de Tot el Món
Ps. Vicente Moliner, 4-bajo
46520-Puerto de Sagunto (Valencia)
T. 962679026
www.la-tenda.org
correo@la-tenda.org

twitter @la_tenda
facebook.com/latendadetotelmón

Impreso en papel reciclado

Una publicación de:



www.la-tenda.org

Con la colaboración de:



ÍNDICE

1. Presentación: ¿cuál es el objetivo de esta guía y a quién va dirigida?
2. El Comercio Justo
 - 2.1. ¿Qué es, cómo funciona y por qué es importante?
 - 2.2. ¿Quién es quién en el Comercio Justo?. Agentes para un modelo de comercio más justo.
 - 2.3. ¿Son más caros los productos de Comercio Justo?
 - 2.4. ¿Cómo reconocer los productos de Comercio Justo?. La certificación.
3. La Compra Pública Responsable o Sostenible
 - 3.1. Datos de interés y conceptos para situarse
 - 3.2. Marco legal
 - 3.3. Marco político
 - 3.4. Resultados de la aplicación de políticas de Compra Pública Ética: argumentos a favor
4. ¿Cómo introducir productos de Comercio Justo en los ayuntamientos?
 - 4.1. Los modelos de contratación pública
 - 4.2. Introducción del Comercio Justo en las diferentes fases de la contratación
 - 4.3. El compromiso del ayuntamiento por el Comercio Justo
 - 4.4. Fomentando una conciencia del consumo responsable. Servicios que ofrecen las organizaciones de Comercio Justo.
5. Buenas prácticas
6. Bibliografía de referencia y recursos en web

1.

PRESENTACIÓN
¿CUÁL ES EL
OBJETIVO DE
ESTA GUÍA Y
A QUIÉN VA
DIRIGIDA?



Esta Guía pretende ofrecer de forma clara y sencilla a los ayuntamientos, de poblaciones de cualquier tamaño, la posibilidad de iniciar un trabajo en la incorporación de criterios éticos en sus compras, y a través de esta vía su implicación en el desarrollo sostenible y en la consecución de un mundo más justo.

Ya que el marco normativo es el mismo, también puede ser utilizada por otras administraciones públicas, universidades, así como por entidades sociales como ONGD, sindicatos, asociaciones culturales y sociales.

Queremos señalar que en el ámbito europeo, actualmente, se está actualizando la normativa referente a los procesos de contratación pública y que ello supondrá un importante desafío para todas las entidades del sector público de los Estados miembro. En este sentido, el Parlamento Europeo aprobó un informe el pasado mes de noviembre en el que indicaba que “la contratación pública es una herramienta para lograr objetivos sociales y medioambientales” y por tanto “debe ser más verde y más socialmente responsable con la incorporación de cláusulas ambientales, como son los costes de ciclo de vida u objetivos sociales, como la adquisición de productos o servicios a empresas de la economía social”. Esta afirmación apunta a que la nueva legislación profundizará sobre la consideración de criterios de ambientales y sociales en los contratos públicos, y con toda probabilidad, no sólo serán una posibilidad sino una exigencia legal en todos los contratos públicos algo que, sin duda, ayudará a favorecer un modelo de desarrollo sostenible en Europa.

En ella se hace:

-Una introducción al Comercio Justo

-Una contextualización de la Compra Pública Ética dentro de la Compra Pública Sostenible

-Un análisis de las formas de incorporar el Comercio Justo en las compras municipales

-Una presentación de experiencias realizadas en municipios y otras administraciones públicas

2.

EL
COMERCIO
JUSTO



2.1. ¿QUÉ ES, CÓMO FUNCIONA Y POR QUÉ ES IMPORTANTE?

En el mundo actual globalizado las economías son cada vez más dependientes unas de otras, pero no todos los grupos productores tienen igual acceso al comercio internacional, y lo que podría ser una herramienta poderosa en la reducción de la pobreza, se convierte en un elemento que genera una manifiesta desigualdad entre unos países y otros.

La gran mayoría de productos que consumimos diariamente (ropa, café, petróleo, tecnológicos,..) provienen de países lejanos y se comercializan según las reglas del mercado tradicional mundial que causa grandes diferencias entre países y personas. Unos ganan mientras otros pierden.

Este mercado tradicional está dominado por las grandes transnacionales que operan en diferentes países, aunque pertenecen al Norte, y son más poderosas que muchos países. Para conseguir el máximo beneficio se aprovechan de los lugares donde pueden encontrar mano de obra barata y normas menos restrictivas en cuanto al medioambiente, principalmente en los países del Sur, sin importar el coste social y ecológico: pobreza, explotación infantil, discriminación hacia la mujer, violación de los derechos humanos, pésimas condiciones laborales, falta de libertad sindical, contaminación, agotamiento de los recursos naturales, etc.

En este contexto surge hace más de 50 años la iniciativa del Comercio Justo, un movimiento internacional formado por

organizaciones del Sur y del Norte con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los grupos productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional. Las relaciones comerciales se basan en el trato directo y el respeto mutuo, con criterios no solamente económicos sino fundamentalmente sociales y medioambientales.

En diciembre de 2001 FINE, red internacional que agrupa a las 4 organizaciones de Comercio Justo (WFTO, FLO, NEWS! y EFT) consensuan la definición de Comercio Justo como: ***“una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de aquellas personas productoras y trabajadoras que puedan estar marginadas, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por consumidores y consumidoras, están implicadas activamente en apoyar a los grupos productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”.***

Esta iniciativa novedosa en el campo de la cooperación internacional, según el artículo 2 de la Resolución nº2245/2005 (INI) del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo se establece en base al cumplimiento de estos estándares de obligado cumplimiento:

1. Un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar,

por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,

2. Parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,

3. el respaldo a la producción y la entrada el mercado de las organizaciones de productores,

4. El seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación,

5. Frecuentes estudios de impacto sobre las actividades de Comercio Justo

6. Una relación estable y a largo plazo con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo,

7. Transparencia y trazabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,

8. Unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT),

9. El respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social,

10. Programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los

pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo,

11. actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional.

Así el Comercio Justo se convierte en una herramienta de cooperación excelente para la lucha contra la pobreza y las desigualdades a nivel internacional, tanto en su valor simbólico como en sus resultados prácticos, ya que se ha constatado que contribuye de forma eficaz al desarrollo humano, al progreso social y económico, al reparto más equitativo de la riqueza, a la protección del medio ambiente y al respeto cultural, permitiendo a los grupos productores del Sur vivir con dignidad.

A partir de las cifras agregadas de WFTO-Global y Fairtrade International se estima que 1,5 millones de productores y productoras trabajan directamente en la elaboración de productos de Comercio Justo en más de 70 países de África, Asia, América Latina y Oceanía. Teniendo en cuenta a los familiares y personas económicamente a cargo de estos trabajadores y trabajadoras, el Comercio Justo beneficiaría indirectamente a más de 5 millones de personas en todo el mundo. Esta cifra aumentaría mucho más si contemplásemos los impactos indirectos e inducidos que el Comercio Justo genera a través de efectos arrastre sobre las comunidades donde hay proyectos en marcha.

2.2. ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL COMERCIO JUSTO?

AGENTES PARA UN MODELO DE COMERCIO MÁS JUSTO



Detrás de cada producto de Comercio Justo hay una serie de agentes que garantizan y promueven este tipo de mercado:

- **Los grupos productores** (campesinos, artesanos,...), organizados en cooperativas o asociaciones. En su mayoría son grupos de las zonas más empobrecidas de Asia, África, Oceanía y América Central y del Sur. Mediante el Comercio Justo, reciben salarios justos acordes a la realidad socioeconómica del país, y se garantizan unas condiciones dignas de trabajo, así como cauces de participación en la toma de decisiones. Una parte del dinero que consiguen con la comercialización revierte en proyectos comunitarios como educación, sanidad, infraestructuras, etc.

- **Las importadoras de Comercio Justo** que compran directamente a los grupos productores y distribuyen las mercancías por diversos canales, fundamentalmente a través de las redes de tiendas de Comercio Justo, aunque también a tiendas convencionales y grandes superficies. Pagan un precio establecido de común acuerdo que permite a los grupos productores vivir en condiciones dignas. También suelen apoyar a estos grupos de otras formas: financiando por adelantado la producción, asesorándoles en la mejora de productos o gestión, y ofreciendo apoyo técnico, entre otras. Avalan la procedencia de los artículos y participan en campañas de sensibilización que reivindican la necesidad de otro orden comercial internacional.

- **Las tiendas de Comercio Justo**, que desarrollan una labor comercial (venta), pero también de sensibilización (informando sobre el origen del producto, sus condiciones de producción) y de educación a la ciudadanía a través de campañas de información y denuncia.

- **La persona o entidad consumidora**, que opta por un consumo responsable.



*Imagen cedida por CECOCAFEN
Central de Cooperativas Cafetaleras
del Norte de Nicaragua*

2.3. ¿SON MÁS CAROS LOS PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO?

Uno de los argumentos más utilizados contra el Comercio Justo es que los productos son más caros, por eso lo mejor es abordar este punto al inicio.

Esta afirmación no es del todo cierta. En el precio final de los productos de Comercio Justo hay que tener en cuenta además de la prima que paga se de más al grupo productor (siempre por encima del precio habitual de mercado), el volumen de mercancías que se comercializan a través de esta red, y que a pesar de que aumenta cada año, es muy pequeña respecto al mercado tradicional, lo que encarece los costes.

De todos modos, si se comparan productos de comercio justo con convencionales de semejante calidad (muchos productos de alimentación de comercio justo tienen certificación biológica y son de alta calidad) el precio es similar.

2.4. ¿CÓMO RECONOCER LOS PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO?. LA CERTIFICACIÓN

Actualmente existen 2 sistemas de certificación internacionalmente reconocidos:

1.- Marca WFTO-World Fair Trade Organization (Organización Mundial del Comercio Justo)¹ acredita organizaciones de comercio justo con un sistema de monitoreo. Los productos que comercializan estas entidades estarían certificados como de comercio justo.



2.- Sello FLO-Fairtrade Labelling Organization (Organización de Etiquetado de Comercio Justo), que acredita ciertos productos de Comercio Justo².



En nuestro país, las importadoras y tiendas de Comercio Justo se agrupan en la **CECJ** (Coordinadora Estatal de Comercio Justo), miembro a su vez de WFTO, por lo que los productos que comercializan los miembros de la misma tienen garantías de que son productos de Comercio Justo.



3.

LA COMPRA PÚBLICA SOSTENIBLE O RESPONSABLE



3.1. DATOS DE INTERÉS Y CONCEPTOS PARA SITUARSE

Las administraciones públicas son las mayores compradoras de productos y servicios para el desarrollo de sus funciones, se calcula que su poder de adquisición entorno al 19%⁴.

Esto les hace ser uno de los agentes más poderosos a la hora de influir en el mercado, y en sus proveedores.

Resultaría incongruente que obviásemos las consecuencias sociales que implican la contratación de obras, suministros o servicios. Por desgracia en ocasiones el efecto de la contratación o la externalización de servicios se traduce en empleo precario, mal remunerado, con elevados índices de siniestrabilidad, o desigualdad en las oportunidades para las personas con mayores dificultades de acceso al mismo. Por el contrario, con poco esfuerzo se consigue transformar un efecto neutro o negativo en un impacto positivo y altamente reconocido. Por ello la contratación pública debe perseguir y contemplar objetivos sociales, y, al tiempo que satisface una necesidad, contribuye a objetivos más amplios de sus políticas.

En los últimos años se ha visto un interés creciente de las administraciones públicas, incluidas las municipales y las universidades, por el desarrollo sostenible, y en este contexto, es importante que los criterios que rigen la contratación pública evolucionen sin obedecer únicamente al rendimiento económico, avanzando hasta llegar a una perspectiva que incorpore aspectos sociales, éticos y ambientales

como elementos a tener en cuenta en la valoración de una oferta.

Un aspecto fundamental en la introducción de criterios de Comercio Justo en la compra pública es el “ejemplo” que las autoridades representan para la ciudadanía. Mediante la búsqueda de una política de compra sostenible, las autoridades crean conciencia en consumidores y proveedores sobre la importancia del consumo responsable y la disponibilidad de alternativas de compra sostenible. Por ello es de suma importancia que las autoridades públicas que decidan poner en práctica una política de compra responsable, lo hagan de la manera más transparente posible.

La **compra pública sostenible o responsable** es aquel proceso de contratación del sector público en el que, además de valorar las ofertas según el precio o especificaciones técnicas, se tengan en cuenta otros criterios, como los ambientales y sociales, con el fin de contratar de la forma más respetuosa con el medio ambiente y promoviendo la inserción sociolaboral, la igualdad de oportunidades y el comercio justo con países en vías de desarrollo.





La **compra pública sostenible o responsable** es aquel proceso de contratación del sector público en el que, además de valorar las ofertas según el precio o especificaciones técnicas, se tengan en cuenta otros criterios, como los ambientales y sociales, con el fin de contratar de la forma más respetuosa con el medio ambiente y promoviendo la inserción sociolaboral, la igualdad de oportunidades y el comercio justo con países en vías de desarrollo.

La **compra verde o ecológica** se basa en la incorporación de requerimientos medioambientales, como pueden ser la eficiencia energética, el uso de productos reutilizables, la minimización de emisiones, la utilización de productos de agricultura ecológica, la adecuada gestión de recursos, etc⁵.

La **compra social** considera aspectos como la calidad en el empleo, la perspectiva de género, la contratación de personas con discapacidad o de empresas de economía social, la promoción de la accesibilidad, etc⁵.

La **compra ética** es un tipo de compra social que comprende la exigencia a las empresas y productores que operan en países extracomunitarios, de ofrecer garantías de que los productos a suministrar o a utilizar en el desempeño del servicio, se han elaborado en condiciones laborales dignas y exentos de explotación infantil (garantía de trabajo decente). Estos criterios tratan de garantizar como mínimo los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Declaración Universal de los Derechos Humanos y optar por las alternativas de Comercio Justo para aquellos productos y servicios en los que existan opciones³.

La compra pública de productos que siguen los criterios del comercio justo se enmarca dentro de la compra pública ética, aunque la opción por el comercio justo también supone las máximas garantías sociales y ambientales.

3.2. MARCO LEGAL

Los procedimientos de contratación pública han de respetar el cumplimiento de los principios fundamentales del libre comercio.

La Directiva europea 2004/18/EC que regula los contratos públicos de obras, suministros y servicios permite la inclusión de criterios sociales y ambientales siempre que estén vinculados al objeto del contrato, estén expresamente mencionados, y se respeten las libertades fundamentales de la legislación comunitaria: libertad de circulación de mercancías, libre establecimiento y libre prestación de servicios; así como los principios que se derivan de las mismas: igualdad de trato, no discriminación, reconocimiento mutuo, proporcionalidad y transparencia.

Afortunadamente la nueva legislación de contratos públicos del Estado Español ha alumbrado el vacío legal que se cernía sobre la aplicación de cláusulas sociales, regulándolas expresamente e incorporando incluso referencias específicas al Comercio Justo.

Señalamos la legislación más favorable a la inclusión del Comercio Justo en la Compra Pública:

- Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo de 6 de julio de 2006 [2005/2245 (INI)]:

22. “Insta a las autoridades públicas para que integren criterios de Comercio Justo en sus concursos públicos y políticas de compra”.

23. “Recuerda que las autoridades públicas regionales son las que realizan mayores inversiones en el mercado de productos; en consecuencia les pide que en sus pliegos de condiciones, concedan especial consideración a los productos de Comercio Justo”.

24. “Acoge positivamente los esfuerzos crecientes del Parlamento Europeo para ofrecer productos de Comercio Justo y destaca que todas las instituciones europeas deberían utilizar productos de Comercio Justo en sus servicios internos”.

- Proposición no de Ley del Congreso de los Diputados en apoyo al Comercio Justo (18/09/2012):

“El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a: En el marco de las prioridades y líneas de actuación que serán marcadas por el próximo Plan Director de Cooperación 2013-2016, estudiar la posibilidad de crear un Grupo de Trabajo dentro del Consejo de Cooperación, para estudiar y proponer medidas de fomento del comercio justo y el consumo responsable; lo que podrá incluir medidas de fomento del comercio justo y consumo responsable en el sector público y privado, desarrollo de propuestas sobre contratación pública, comercio justo y compra ética, campañas de educación a la ciudadanía y a las empresas privadas sobre el consumo responsable y el comercio justo, medidas para la difusión del concepto, consumo responsable y comercio justo, así como consultas y propuestas que ayuden a configurar la posición del Gobierno ante las iniciativas que respecto al comercio justo se impulsen desde la Unión Europea o Naciones Unidas.”

- Informe de la Subcomisión del Congreso de los Diputados para promover la responsabilidad social de las empresas (BOE 31 de julio de 2006)

22. “Algunos comparecientes insistieron además en la importancia de que las administraciones públicas, por su enorme volumen de contratación de bienes y servicios, estimulen a las empresas que producen bienes o servicios más sostenibles y responsables a través de su política de contratación. Estas compras pueden ser vistas desde dos puntos de vista: como un obligado ejercicio de

coherencia por parte de las administraciones públicas y, también, como la creación de un gran incentivo económico para las empresas con mejores estándares sociales y medioambientales”.

Recomendaciones:

24. *“Incluir en los pliegos públicos de compras y contrataciones aspectos que primen la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) La compra y contratación públicas deben ser claras herramientas para el impulso de la RSE, enviando señales al mercado de que serán reconocidas y premiadas las empresas que brindan a la sociedad un valor adicional en materia ambiental y/o social. Claros ejemplos de esto pueden ser la inclusión de cláusulas sociales que permitan discriminar positivamente a favor de las empresas de inserción o de los productos de comercio justo”.*

- Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público en España, de 30 de abril de 2008. Esta ley ha supuesto un gran avance en la incorporación de criterios sociales y ambientales, y en el reconocimiento del Comercio Justo como tal.

Exposición de Motivos:

3. *“Sintéticamente expuestas, las principales novedades afectan a la previsión de mecanismos que permiten introducir en la contratación pública consideraciones de tipo social y medioambiental, configurándolas como condiciones especiales de ejecución del contrato o como criterios para valorar las ofertas, prefigurando una estructura que permita acoger pautas de adecuación de los contratos a nuevos requerimientos éticos y sociales, como son los de acomodación de las prestaciones a las exigencias de un “comercio justo” con los países subdesarrollados o en vías de desarrollo como prevé la Resolución del Parlamento Europeo en Comercio Justo y Desarrollo [2005/2245 (INI)] antes señalada”.*

Artículo 102. Condiciones especiales de ejecución del contrato.

1. *“Los órganos de contratación podrán establecer condiciones especiales en relación con la ejecución del contrato, siempre que sean compatibles con el derecho comunitario y se indiquen en el anuncio de licitación y en el pliego o en el contrato. Estas condiciones de ejecución podrán referirse, en especial, a consideraciones de tipo medioambiental o a consideraciones de tipo social, con el fin de promover el empleo de personas con dificultades particulares de inserción en el mercado laboral, eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer en dicho mercado, combatir el paro, favorecer la formación en el lugar de trabajo, u otras finalidades que se establezcan con referencia a la estrategia coordinada para el empleo, definida en el artículo 125 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, o garantizar 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”.*

Disposición adicional sexta. Contratación con empresas que tengan en su plantilla personas con discapacidad o en situación de exclusión social y con entidades sin ánimo de lucro:

4. *“Los órganos de contratación podrán señalar en los pliegos de cláusulas administrativas particulares la preferencia en la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de Comercio Justo para las proposiciones presentadas por aquellas entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo, siempre que dichas proposiciones igualem en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirvan de base para la adjudicación”.*

Esto solo se aplicaría en caso de empate entre las ofertas, situación difícil en la práctica, pero que su inclusión en pliegos de contratación puede contribuir a dar a conocer entre los proveedores la sensibilidad social de las administraciones públicas.

Real Decreto 3/2011, de 14 de Noviembre, por el que se aprobó el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Las principales novedades de la actualizada norma no modifican o alteran las posibilidades de integración de los criterios éticos, sociales o ambientales en los procesos de contratación pública, sino que más bien, hacen referencia a la mejora en los procesos de contratación de participación público-privada, o las adaptaciones a nueva normativa ligada a la Economía Sostenible, el equilibrio presupuestario, o la adaptación a la normativa a la Convención Internacional sobre Derechos de Personas con Discapacidad.

En lo referente a la posibilidad de inclusión de criterios éticos, es decir, la exigencia de garantizar el cumplimiento de los Derechos Laborales Básicos recogidos en las Convenciones Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en la cadena de producción, la normativa se mantiene intacta, y se podrá seguir considerando dicho criterio de la forma en la que, hasta el momento, se ha venido haciendo (según establece el Art. 118). En cuanto al Comercio Justo, señalar que de las dos menciones que se realizaban en el anterior texto normativo (la derogada Ley 30/2007, de 30 de Octubre de 2007, de Contratos del Sector Público), la primera en el apartado IV.3 de la Exposición de Motivos, y la segunda en la Disposición Adicional

Sexta, en la nueva norma se reduce a una sola mención, referida a la preferencia en la adjudicación a Organizaciones de Comercio Justo. Aún así, lo importante, es que la introducción de criterios de Comercio Justo en los procesos de contratación pública sigue siendo posible, en los mismos términos que en la anterior legislación. En cuanto a las novedades en la consideración de criterios sociales, la actual normativa ha posibilitado que las entidades del sector público:

- soliciten información a sus licitadores o candidatos sobre fiscalidad, protección del medio ambiente, empleo y condiciones laborales (Art. 119).
- sean informadas del proceso de fabricación de los productos que adquieren (Art. 295)

-Resolución del Parlamento Europeo sobre “Nuevos aspectos de la política de contratación pública” (18 de mayo de 2010).

El Parlamento Europeo pide a la Comisión que anime a las autoridades públicas a utilizar criterios de comercio justo en sus licitaciones públicas y políticas de compra basados en la definición de comercio justo reconocida en la resolución del Parlamento Europeo de 6 de julio de 2006 sobre comercio justo y desarrollo y la reciente Comunicación de la Comisión Europea de 5 de mayo de 2009; reitera su petición anterior de que la Comisión promueva el uso de dichos criterios, por ejemplo, la elaboración de orientaciones constructivas para la contratación pública en el ámbito del comercio justo; acoge con satisfacción la aprobación del dictamen del Comité de las Regiones de 11 de febrero de 2010 en el que se pide la adopción de una estrategia europea común para el comercio justo para las autoridades locales y regionales.

3.3. MARCO POLÍTICO

Los compromisos y planes de acción políticos también son favorables a la contratación Pública Sostenible.

- Plan Director de la Agencia Estatal de Cooperación Internacional al

Desarrollo 2009-2012. En la Comunidad Valenciana, el Plan Director de Cooperación 2008-2011 señala en el punto 2.4.3. Prioridades sectoriales en el ámbito específico de la Comunidad Valenciana, apartado c) la promoción del comercio justo y el consumo responsable.

- Los **Objetivos del Milenio**, asumidos por 189 países en la Cumbre del Milenio celebrada el año 2000, con el objetivo de reducir la pobreza en la mitad en 2015.

En este marco, resaltar el **Pacto Valenciano contra la Pobreza** firmado el 4 de mayo de 2009 en el paraninfo de la Universitat de València, por el Partido Popular, PSOE, Esquerra Unida y Compromís pel PV. Plantea, en su capítulo de coherencias de políticas, un apartado sobre comercio justo y consumo responsable donde establece que *"Se promoverá el Comercio Justo y el Consumo Responsable entre la población de la Comunitat Valenciana, mediante:*
1.- La difusión y sensibilización entre la ciudadanía sobre el comercio justo y el consumo responsable como herramientas de cooperación, solidaridad y de disminución de las desigualdades existentes.
2.- La potenciación del consumo de productos de comercio justo en las administraciones públicas valencianas y en las adjudicaciones y concesiones que de ellas dependen en el marco del desarrollo de la Compra Pública Ética, en base a criterios sociales y medioambientales.

3.- La incorporación de productos de comercio justo en todo tipo de centros públicos (hospitales, escuelas, institutos, universidades ...) siendo Les Corts la primera institución que opte por ofrecer este tipo de productos en sus instalaciones."

- **Agenda 21:** plan de las Naciones Unidas que surge fruto de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (1992). Incluye dentro de sus áreas de programas la *"promoción del desarrollo sostenible a través del comercio"*, considerando que *"un mejor acceso a los mercados de las exportaciones de los países en desarrollo, junto con unas políticas macroeconómicas y ambientales apropiadas, tendría un efecto positivo en el medio ambiente y, por tanto, haría una contribución importante al desarrollo sostenible"*. En algunos municipios está siendo decisiva para elaborar planes de acción a favor del Comercio Justo. En España más de 1500 municipios han adquirido formalmente este compromiso y muchos ayuntamientos han empezado introduciendo café de Comercio Justo en las máquinas automáticas de sus dependencias.

- **Dictamen del Comité de las Regiones: "Opinión sobre la contribución al desarrollo sostenible: el rol del comercio justo y de los sistemas de garantía de sostenibilidad comercial no gubernamentales" (10 de febrero de 2011).** Destaca que las administraciones públicas constituyen un mercado estratégico clave. Tomando en consideración el desarrollo sostenible y el Comercio Justo, las administraciones locales y regionales pueden contribuir de manera decisiva no sólo al beneficio y eficiencia a medio y largo plazo de sus servicios, sino también a la justicia social y al desarrollo sostenible.

3.4.RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE POLÍTICAS DE COMPRA PÚBLICA ÉTICA: ARGUMENTOS A FAVOR*

IMPORTANCIA. Las Administraciones Públicas dedican a la contratación entorno al 19% del PIB, lo que las convierte en el mayor contratante por su volumen e influencia sobre los mercados y el entorno.

IMPACTO. Las políticas de CPE en Ayuntamientos, sobre todo si se acompañan de acciones de sensibilización, poseen un potencial de cambio significativo, produciendo un efecto en cascada sobre los hábitos de consumo de las empresas proveedoras y la ciudadanía.

LEGALIDAD. La contratación pública debe salvaguardar sus principios básicos de transparencia y no discriminación, pero el articulado de la legislación europea y nacional ya ha incorporado criterios sociales en las distintas fases de contratación.

EFICACIA. Las administraciones tienen la responsabilidad de utilizar el presupuesto público de la forma más eficiente, para ello deben asegurarse de elegir la mejor opción, entendiendo por tal no sólo la mejor oferta económica sino aquella que proporciona beneficios adicionales en el marco ambiental, ético y social.

REFERENTE Y MODELO. La CPE debe colocar a la Administración en posturas ejemplarizantes a la hora de demandar productos y servicios con criterios éticos, e incentivar a las empresas para que evalúen sus cadenas de suministros en

países en desarrollo y revisen sus políticas de empleo.

BENEFICIOS A LA CIUDADANÍA. La CPE se convierte para la ciudadanía, la comunidad educativa y las organizaciones sociales locales en una herramienta de educación al desarrollo, fomentando el consumo responsable y valores como la solidaridad, la justicia y la participación.

BENEFICIOS A LAS COMUNIDADES DE PAÍSES EN DESARROLLO. En el mundo hay 25 millones de familias que dependen del cultivo del café, cuyo precio no alcanza ni para cubrir las necesidades básicas. La opción por productos de Comercio Justo proporciona unas condiciones laborales dignas y la mejora de sus condiciones de vida.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS. La compra sostenible proporciona a través de su contratación un apoyo a las empresas socialmente responsables, lo que supone una ventaja competitiva a aquellas que ya lo son y una motivación a las que no han incorporado la responsabilidad social en su gestión.

SINERGIAS. La CPE supone una herramienta complementaria con las políticas sociales y de cooperación que los Ayuntamientos vienen desarrollando.

COMPROMISO. La introducción de productos de Comercio Justo hace público y real el compromiso de los actores públicos, cada uno desde su ámbito, para reducir las desigualdades mundiales y alcanzar un mundo más justo y un planeta más sostenible.

IMAGEN. La CPE supone un factor de legitimación del mensaje que quieren trasladar a la sociedad las Administraciones Públicas Municipales.

4.

¿CÓMO
INTRODUCIR
PRODUCTOS
DE COMERCIO
JUSTO EN LOS
AYUNTAMIENTOS?



4.1. LOS MODELOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

- El contrato menor

La normativa permite la adjudicación directa del contrato a aquellos proveedores que satisfagan sus exigencias, con un límite económico de 18.000 euros para contratos de suministro y servicios, y sin necesidad de publicidad previa.

Sería el más adecuado para introducir criterios de compra pública ética en ayuntamientos pequeños/medianos, y es el más sencillo. También es una excelente manera de empezar en la compra pública ética.

- El procedimiento negociado

El órgano de contratación adjudica el contrato de manera razonada, después de consultar y negociar las condiciones con tres candidatos que elige la propia administración. En el pliego de cláusulas administrativas se indican qué aspectos, además del precio, podrán ser objeto de negociación.

Límite económico inferior a 100.000 euros, en el caso de que el importe supere los 60.000 euros será necesario publicar la licitación en el diario oficial que corresponda.

- El procedimiento abierto

Cualquier proveedor puede presentar una oferta, y el contrato será adjudicado al proveedor que hubiera presentado la oferta económicamente más ventajosa en los términos establecidos en el pliego de cláusulas administrativas.

La expresión “oferta económicamente más ventajosa” engloba tanto el criterio del precio más bajo, como una multiplicidad de parámetros de valoración directamente vinculados al objeto del contrato.

4.2. INTRODUCCIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN LAS DIFERENTES FASES DE LA CONTRATACIÓN

Tanto en el Contrato Menor como en el Procedimiento Negociado la administración puede negociar/exigir a los proveedores la certificación de que el producto que suministran ha sido producido en condiciones laborales dignas.

Es las diferentes fases del PROCEDIMIENTO ABIERTO:

1. Definición del objeto del contrato.

Se establece cuál es el producto que la administración quiere adquirir.

Muchos de los mecanismos que permiten introducir consideraciones sociales en la contratación administrativa requieren que las exigencias éticas estén vinculadas al objeto del contrato. Por esto, y para prevenir posibles invalidaciones, es fundamental definir de manera clara y concisa el objeto del contrato, incorporando las consideraciones sociales que serán desarrolladas en otros apartados del pliego de cláusulas administrativas.

● Ejemplos:

EGMASA, empresa pública dependiente de la Junta de Andalucía: *“Pliego de Bases para la selección mediante procedimiento negociado sin publicidad del operador de la actividad de venta mediante máquinas expendedoras (vending) para bebidas y alimentación procedentes de comercio justo en EGMASA”.*

AYUNTAMIENTO de BADALONA:
“El objeto de este pliego de cláusulas técnicas es la contratación para la adquisición según criterios de comercio justo y responsable de 65.000 pañuelos solidarios, elemento distintivo de las Fiestas de Mayo de Badalona, a efectos de difundir a la ciudadanía de Badalona de los valores del comercio con justicia entre los pueblos y el consumo responsable, aplicando criterios o estándares éticos basados en lo que se denomina Compra Pública Ética”

AYUNTAMIENTO de MADRID:
“Suministro de camisetas de Comercio Justo para promocionar la candidatura olímpica de Madrid 2012”.

2.Solvencia técnica

Se realiza en función de unos criterios de selección que garanticen la capacidad de los licitadores para realizar este contrato (solvencia profesional y técnica).

A pesar que la Ley de Contratos del Sector Público no prevé incorporar criterios sociales ni ambientales en la solvencia técnica para la contratación de suministros, si los criterios éticos están incluidos en la definición del objeto del contrato se puede pedir a los licitadores que garanticen su capacidad para suministrar productos de Comercio Justo, además puede solicitarse la acreditación de experiencia en contratos anteriores con similares exigencias éticas.

Obligatoriedad de acreditar el respeto a los convenios de la OIT.

Si se exige productos de Comercio Justo en el objeto del contrato, se debe solicitar en la documentación a aportar por los licitadores, documentación acreditativa del origen de los productos.

● Ejemplo:

SUMINISTRO TEXTIL PARA EL AYTO DE SAN SEBASTIÁN.

El Ayuntamiento de San Sebastián-Donostia ha incorporado la exigencia de un certificado de compromiso ético de la empresa como requisito de solvencia técnica de los licitadores en el contrato de suministro de vestuario. Los licitadores deben garantizar que los textiles y otros materiales utilizados en la producción, realizada de forma directa o mediante subcontratación, se ha realizado respetando los principios y derechos fundamentales de la OIT. Se puede acreditar mediante código de conducta, auditoría externa o declaración documental de la propia empresa.

3.Determinación de las especificaciones técnicas del producto

Describen y detallan el objeto del contrato con los requisitos cuantificables, claros y concretos que ha de satisfacer. No es posible incluir requisitos relativos a la empresa proveedora. No deben limitar la libre competencia. Siempre que se haga referencia a una etiqueta o sello determinado (p.e. Sello de Comercio Justo), debe admitirse cualquier oferta que demuestre cumplir con los estándares predefinidos por dicha etiqueta (añadir “equivalente”).

Para evitar confusiones con el término Comercio Justo, es conveniente indicar en la redacción que *“el producto o productos en cuestión deben estar producidos y comercializados en consonancia con la descripción establecida por el Parlamento Europeo en el artículo 2 de la Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo [2005/2245 (INI)]”.*

Y respecto a la verificación, es recomendable la redacción: “Se considerará que los productos que hayan sido importados y distribuidos por Organizaciones de Comercio Justo acreditadas por IFAT/WFTO o por la CECJ o que porten el sello de Comercio Justo FairTrade, cumplen dichos criterios. Otros operadores económicos (suministradores) deben demostrar la equivalencia con los estándares señalados por cualquier medio de prueba adecuado”.

● **Ejemplo:**

COMUNIDAD de MADRID. Suministro de alimentos para el catálogo central de compras de la Comunidad de Madrid. 8 lotes-1 lote de Comercio Justo.

Características de los artículos de Comercio Justo. Los productos de Comercio Justo ofertados deben estar producidos y comercializados en consonancia con la descripción establecida por el Parlamento Europeo en el art. 2 de la Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo (2005/2245(INI)). Se considerará que los productos que hayan sido importados y distribuidos por Organizaciones de Comercio Justo acreditadas por la marca IFAT (otorgada por la Asociación Internacional de Comercio Justo) o por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo o que porten el sello de Comercio Justo Fairtrade (otorgado por la Fair Labelling Organisation/Organización del Sello de Comercio Justo), cumplen dichos criterios. Otros operadores económicos deberán demostrar la equivalencia con los estándares señalados en la resolución mencionada, por cualquier medio de prueba adecuado.

4.Adjudicación del contrato

Parte de la evaluación de la calidad de las ofertas presentadas al concurso. El poder adjudicador efectuará la evaluación de las ofertas recibidas a través de la consideración de la oferta económicamente más ventajosa bajo un único criterio, que deberá ser necesariamente el precio o una pluralidad de criterios entre los cuales se pueden incluir criterios sociales y ambientales.

Sólo es posible incorporar criterios de adjudicación que hagan referencia a la satisfacción de necesidades propias de poblaciones especialmente desfavorecidas a las que pertenezcan los usuarios o beneficiarios del contrato.

En caso de empate, preferencia por las ofertas presentadas por las Organizaciones de Comercio Justo tal como lo establece la Ley de Contratos del Sector Público.

Valorar como mejoras lo que supere el mínimo establecido en el pliego (criterios adicionales no determinantes).

● **Ejemplo:**

UNIVERSIDAD DE ALCALÁ DE HENARES. Servicios de cafetería y comedor.

Se establece de forma obligatoria la opción de café de Comercio Justo en la cafetería.

Dentro de las mejoras a valorar se incluye “Aumentar la variedad de productos de comercio justo en la cafetería y máquinas expendedoras”.

5.Condiciones de ejecución del contrato

o condicionantes para ejecutar el contrato. Tienen carácter contractual y la empresa adjudicataria está obligada a cumplirlos.

Esta es la fase en la que de acuerdo al marco legal actual tienen mayor cabida las consideraciones sociales (condiciones laborales de producción y comercialización), si bien hay que establecer mecanismos eficaces de seguimiento para comprobar que dichas condiciones sean cumplidas:

En la producción, ya sea de forma directa o mediante subcontratación, deberá garantizarse el cumplimiento de los derechos laborales básicos recogidos en los Convenios Fundamentales de la OIT. Para ello el licitador deberá acreditar la forma de verificación que podrá ser una certificación reconocida, una auditoría externa o una declaración de la propia empresa en la que se establezcan los estándares y persona responsable de su seguimiento.

En el caso de incorporarse productos de comercio justo, el adjudicatario deberá publicitar convenientemente la disponibilidad de dichos productos. También puede incorporarse como condición de ejecución la realización de actividades de sensibilización dirigidas a los usuarios en colaboración con alguna entidad reconocida de Comercio Justo.

● **Ejemplo**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA. Servicios de máquinas expendedoras.

La empresa habrá de certificar documentalmente que todos los productos que pone a la venta con la etiqueta “comercio justo” lo son. Es obligatorio publicitar visiblemente sobre la misma máquina la procedencia del café, haciendo constar la etiqueta “comercio justo”.

4.3. EL COMPROMISO DEL AYUNTAMIENTO POR EL COMERCIO JUSTO

Existen diferentes estrategias de apoyo al Comercio Justo desde los Ayuntamientos que se pueden ordenar en función del grado de compromiso o implicación:

- 1.** En primer lugar se sitúa el apoyo político, a través de declaraciones institucionales a favor del Comercio Justo. Ayuntamientos como Córdoba, Madrid, Barcelona, Albacete, León,... y otros más pequeños como Faura, Estivella, Sagunt, Quart de les Valls, Albalat dels Tarongers, Canet d'en Berenguer, Algímia d'Alfara, Benifairó de les Valls, Puçol, Polinyà de Xúquer, Sot de Ferrer, Teresa, entre otros, ya lo han hecho en los últimos años.
- 2.** En segundo lugar, por medio de la elaboración de pliegos de condiciones en los concursos públicos de adjudicación de compras de bienes y servicios, en los que se refleje este apoyo político.
- 3.** Una administración pública también puede hacer uso de la contratación directa para incorporar criterios éticos en sus compras de forma sencilla.
- 4.** Paralelamente el ayuntamiento puede establecer acuerdos con una ONG especializada en este campo con el fin de aumentar el conocimiento de las propuestas del Comercio Justo en su entidad, impulsando la implicación y finalmente el consumo.

Proyecto Europeo “FairTrade Towns” (Ciudad por el Comercio Justo)

El movimiento de “FairTrade Towns” ha crecido rápidamente desde que Garstang se convirtió en la primera “Ciudad por el Comercio Justo” en el Reino Unido en 2001, en la actualidad hay más de 1000 localidades en el mundo con este título.

Una ciudad por el Comercio Justo es un modelo de localidad que acerca los productos de Comercio Justo a la ciudadanía a través de las administraciones, los comercios, las empresas y el tejido asociativo.

En el Estado español es la organización IDEAS quien lidera este proyecto. Para conseguir el status de “Ciudad por el Comercio Justo” se deben cumplir cinco criterios, que son la base de un proyecto local fuerte, participativo, que ayuda a involucrar a grupos y organizaciones:

1. Aprobar una declaración favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento.
2. Ofrecer productos de Comercio Justo en cafés, restaurantes y tiendas de la localidad.
3. Compromiso del sector privado y organizaciones introduciendo este tipo de productos en su consumo interno.
4. Comunicación y sensibilización a la ciudadanía.
5. Creación de un grupo de trabajo que coordine el programa.



Córdoba fue la primera ciudad en el Estado español en conseguir esta distinción en el año 2008, luego le han seguido 8 ciudades más, y muchas otras, están trabajando activamente para conseguir el título de “Ciudad por el Comercio Justo”.

El programa europeo “Ciudad por el Comercio Justo” es extensible a entidades públicas concretas como “Centro Educativo por el Comercio Justo” y “Universidad por el Comercio Justo”. En enero de 2013 la Universitat de València obtuvo la acreditación de “Universidad por el Comercio Justo” tras el trabajo realizado en favor de el marco de Campus Sostenible,.

4.4. FOMENTANDO UNA CONCIENCIA DEL CONSUMO RESPONSABLE. SERVICIOS QUE OFRECE LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO

Una implementación efectiva del Comercio Justo y cláusulas éticas requiere el compromiso de políticos, directivos, responsables de compras, empresas proveedoras y consumidores finales de los productos. Para ello toda compra responsable realizada por las administraciones públicas será mucho más efectiva si se acompaña de actividades de sensibilización entre los diferentes agentes implicados.

Dentro del catálogo de servicios que ofrecen las Organizaciones de Comercio Justo que trabajan la Compra Pública Ética, como IDEAS o La-Tenda de Tot el Món, se encuentran:

- Asesoría en pliegos de contratación.
- Jornadas y talleres de formación para responsables políticos y técnicos.
- Investigación: elaboración de estudios, e informes como los que se pueden consultar en las referencias bibliográficas de esta guía
- Actividades de sensibilización para la ciudadanía, para empresas proveedoras o para personal del ayuntamiento, a partir de charlas, exposiciones, degustaciones y presentación de productos.
- Elaboración de materiales divulgativos como la presente guía o catálogos.
- Folletos informativos sobre los productos y productores que acompañan a los diferentes productos.
- Comercialización de productos de Comercio Justo.
- Recogida y difusión de Buenas Prácticas en administraciones públicas.
- Centro de Documentación y Recursos especializado en Comercio Justo.

Es importante el trabajo personalizado con cada entidad, en base a sus necesidades y posibilidades.

5.

BUENAS PRÁCTICAS



Presentamos una selección de ejemplos de buenas prácticas en pequeños y medianos ayuntamientos y otras administraciones públicas de la Comunidad Valenciana. La mayoría contratos menores.

Línea de catering



La Fundació General de la Universitat de València contrató para la entrega de los premios Manuel Castillo en las últimas ediciones, servicios de catering con productos de comercio justo y menaje sostenible.

Los servicios de pausa-café ofrecidos en los Congresos de Cooperación que desarrolla anualmente la Oficina de Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat (OCDS) de la Universitat Jaume I de Castellón, al igual que los organizados por el Centre de Cooperació al Desenvolupament de la Universidad Politécnica de Valencia también incorporan productos de comercio justo.

Los talleres de voluntariado del SeDI (Servicio de Información y Dinamización de Estudiantes) de la Universitat de València cuentan con pausas-café con productos de comercio justo.

El Ayuntamiento de Mislata contrató un servicio de catering con productos de comercio justo africanos para la inauguración de la exposición Sunnugal, dentro de la Jornada intercultural del Programa Mislata en Obert.

La Escuela Permanente de Adultos “Miguel Hernández” de Puerto de Sagunto, en la celebración de su aniversario, ofreció café y galletas de comercio justo a los más de 300 asistentes.

El Consorci xarxajoves.net en la jornada para corresponsales de institutos de educación secundaria celebrada en el Casal Jove de Puerto de Sagunto también ofreció productos de comercio justo en la pausa-café.

Organizaciones sociales como la Coordinadora Valenciana de ONGD, la Fundació Pau i Solidaritat, el Centre d'Estudis del Camp de Morvedre, la Comunidad Parroquial de San Pedro en Puerto de Sagunto también han introducido productos de Comercio Justo en pausas-café de actos, jornadas y actividades.

Línea de textil



El ayuntamiento de Polinyà de Xúquer, en la Comunidad Valenciana, adquirió 300 bolsas de yute de la cooperativa COOR de Bangladesh para conmemorar el Día de la Mujer Trabajadora.

La Universitat Jaume I de Castellón ha optado por bolsas de algodón de comercio justo para los asistentes a los Congresos de Cooperación que organiza y para los participantes en el programa de reforestación entre otros. También por camisetas de comercio justo para las Olimpiadas de la UJI o para la venta en su tienda como material promocional.

La Universitat de València adquirió camisetas de Comercio Justo para los niños y niñas participantes en el proyecto la Nau dels Xiquets i Xiquetes.

El Departamento de Juventud del Ayuntamiento de Sagunto, compró camisetas de Comercio Justo para la inauguración del Casal Jove y para los participantes en la Escola d'Estiu. Las bolsas bandoleras de algodón ecológico ofrecidas en el VI Congreso Universidad y Cooperación al Desarrollo organizado por la Universidad Politécnica de Valencia también han sido de comercio justo.

El Consell de la Joventut de Quart de Poblet adquirió camisetas de comercio justo para su programa de Ocio Nocturno.



La Fundació Pau i Solidaritat, Fundació IPADE, Motores sin Fronteras Pobreza Zero, ACSUD-Las Segovias, el Área de la Dona del Ayuntamiento de Sagunto, Acció Ecologista Agró, Cáritas Diocesana o la Fundación Mainel también han optado por textil de Comercio Justo.

Línea de vending, servicios de cafetería

La Universitat Jaume I de Castellón ha incorporado el Comercio Justo en el Pliego de cláusulas administrativas particulares para la contratación por procedimiento abierto y tramitación ordinaria del servicio de venta de

productos de alimentación e higiene femenina mediante máquinas automáticas en la Universitat Jaume I de Castelló (Abril 2012)

En las Prescripciones Técnicas, en el apartado de Productos a la venta, se especifica que la oferta técnica deberá contener: “Es obligatoria la puesta a la venta de productos de las gamas de alimentación saludable y de comercio justo de, como mínimo, las siguientes tipologías: zumos, bebidas frías, frutos secos, barritas de cereales y snacks salados”. “Todo el café que dispensen las máquinas de bebidas calientes deberá ser de comercio justo, condición que deberá justificarse mediante la posesión de un sello, u otro tipo de acreditación, de reconocido prestigio que acredite tal circunstancia”.

La Universidad Politécnica de Valencia también ha insertado el Comercio Justo en los procesos de concesión de los servicios de cafeterías (contrato administrativo especial por procedimiento abierto) estableciendo el punto 4.1.2. Garantías alimentarias en las Condiciones específicas de la explotación: “Deberá ofrecer productos provenientes del Comercio Justo (café e infusiones), así como incluir en los menús frutas y verduras producidas en la Comunidad Valenciana.”

Dos ejemplos son los pliegos de prescripciones técnicas para la explotación del servicio de la cafetería “El Trinquet” en el Campus de Vera de la Universitat Politécnica de Valencia. (Diciembre 2011) y de la cafetería “CPI” (Ciudad Politécnica de la Innovación (Mayo 2012)

La Universitat de València en el marco de Campus Sostenible, concretamente en su área de Compromiso Social y Participación, esta desarrollando su programa de Comercio Justo y Consumo Responsable que implica la sistematización y generalización de la incorporación de criterios de

sostenibilidad en los pliegos de cláusulas administrativas y en las contrataciones menores, que incluya la contratación verde, accesible, saludable y con criterios de comercio justo.

ACTIO, empresa de servicios educativos, ofrece productos de comercio justo (café en grano, azúcar, cacao, refrescos, snacks) en la máquina de vending autogestionada del Albergue Rural y Centro de Educación Ambiental de Alborache (Valencia)

Línea de regalo institucional



El ayuntamiento de Canet d'En Berenguer adquirió 200 paquetes de Café Morvedre de comercio justo para incorporarlos a sus cestas tradicionales en la Navidad 2009.

La Concejalía de Juventud del ayuntamiento de Mislata, regaló palos de lluvia a los integrantes de la Escola Municipal de Teatro en la "Setmana intercultural Mislata en obert", en agradecimiento a su participación.

El Ayuntamiento de Polinyà de Xúquer adquirió para felicitar institucionalmente la Navidad postales de Comercio Justo.

El Departamento de Español para extranjeros de la Escuela Oficial de Idiomas de Sagunto optó porque los ganadores del concurso "Haikus ilustrados" pudieran cambiar sus bonos-regalo por productos de Comercio Justo.

Otros:



Caramelos para cabalgatas y otros eventos.

En la Navidad del 2009-2010, el ayuntamiento de Faura, población de la comarca del Camp de Morvedre con 3.535 habitantes, adquirió para la cabalgata de Reyes caramelos y piruletas de comercio justo. Se ha convertido en el primer municipio de la Comunidad Valenciana que ha incorporado caramelos de Comercio Justo en una cabalgata.

Así mismo, la Asociación de Vecinos de Terramar (Paterna) ofrece caramelos, piruletas y lápices de Comercio Justo para las actividades navideñas con niños y niñas desde 2009.

El CEIP Villar Palasí de Sagunto adquirió piruletas de comercio justo para actividades infantiles en Navidad.

El Ayuntamiento de Quart de les Valls optó por caramelos y otros productos de comercio justo para las actividades infantiles en sus fiestas patronales.

Premios para escolares

FUDEN, Fundación para el Desarrollo de la Enfermería, desde 2007, premia con productos de Comercio Justo a los escolares de IES de Sagunto participantes en un proyecto de sensibilización.

Materiales y juegos educativos

El ayuntamiento de Polinyà de Xúquer adquirió juegos de comercio justo para su ludoteca infantil.

6. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

Guía básica para la gestión de los recursos, contratación de servicios y compra de suministros de forma sostenible y ética. Área de Cooperación y Solidaridad de la Universidad de Córdoba, 2013.

El Comercio Justo en España 2011. Comercio y Desarrollo. Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2012.

Guía “La Compra Pública en las Administraciones Vascas con una visión norte sur”. Emaús Fundación Social, Ideas y Bakeaz, 2012.

Las claves de la Compra Pública Responsable. Guía Práctica. Forética, 2012.

El Comercio Justo en las Compras Públicas. Manual práctico sobre Comercio Justo y Contratación Pública Responsable. WFTO Europe y Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional, 2011.

El Comercio Justo en el País Valenciano. Xarxa Valenciana de Consum Responsable, 2011.

Guía de Buenas Prácticas de Comercio Justo en Autoridades Locales. WFTO Europa, FAMSI, FELCOS Umbria, Védegylet y Fondo Provinciale Milanese per la Cooperazione Internazionale, 2011.

Compra responsable de productos forestales. Buenas prácticas ambiental y socialmente responsables para administraciones y empresas. Fundación COPADE, campaña Madera Justa, 2011.

Guía de contratación pública sostenible. Incorporación de criterios sociales. IDEAS, actualización 2010.

Estudio sobre políticas de compra pública y comercio justo en los ayuntamientos del Camp de Morvedre. La Tenda de Tot el Món, 2010.

El Comercio Justo y su introducción en las Instituciones Públicas. Cláusulas éticas en la contratación del sector público. Setem, 2009.

Guía “Inserción de criterios de sostenibilidad en los contratos públicos de restauración y organización de eventos”. Programa de Compra Responsable en la Administración General del Estado. IDEAS, 2009

Guía “Inserción de criterios de sostenibilidad en los contratos públicos de suministro de productos textiles”. Programa de Compra Responsable en la Administración General del Estado. IDEAS, 2009

Guía “Inserción de criterios de sostenibilidad en los contratos públicos de derivados de productos forestales (papel y madera)”. Programa de Compra Responsable en la Administración General del Estado. IDEAS, 2009

Introducción de criterios sociales en los contratos de suministro de ropa de las administraciones públicas. Compra pública responsable de uniformes y productos textiles. Setem Catalunya, 2009.

Compra Pública Ética. Quaderns de Pau i Solidaritat, nº 41. REAS Baleares, 2009.

Estudio de la Comisión Europea sobre contratación pública socialmente responsable. Dirección General del Mercado Interior de la Comisión Europea, 2009.

Manual “The Procura+”, 2ª edición. ICLEI-Local Governments for sustainability, 2008.

RESPIRO. Guide on Socially Responsible Procurement of Textiles and Clothing. ICLEI-Local Governments for sustainability, 2008.

Guía “Buy Fair”. Compre Justo-Una guía para la compra pública de productos de Comercio Justo. ICLEI-Gobiernos Locales por la Sostenibilidad, Sec. Europeo, 2006.

Programa de Compra Pública Ética:
www.comrapublicaetica.org

Programa Ciudad por el Comercio Justo
www.ciudadjusta.org

Coordinadora Estatal de Comercio Justo
www.comerciojusto.org

Xarxa Catalana per la CPE:
www.comrapublicaetica.cat

Proyecto Café Ciudad:
www.cafeciudad.org

Campaña Ropa Limpia:
www.ropalimpia.org

Organización Mundial del Comercio Justo / World Fair Trade Organization
www.wfto.com

Observatorio europeo de Compra Pública con criterios de Comercio Justo
www.fairprocurement.info

Notas de página

¹Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organization-WFTO) es una red internacional integrada por productoras y productores, exportadoras, importadoras y minoristas, con 450 miembros de 75 países.

²Con el sello FLO las empresas tradicionales también pueden certificar sus productos si cumplen los estándares de comercio justo que marca la certificadora. La gama de productos certificados por FLO son entre la alimentación: cacao, café, arroz, miel, azúcar, té, vino, bananas, fruta fresca, zumos, especias y hierbas; además de algodón, balones deportivos y flores. www.fairtrade.net, www.sellocomerciojusto.org.

³Definiciones tomadas de la Guía "Inserción de criterios de sostenibilidad en los contratos públicos de suministro de productos textiles". Programa de Compra Pública Responsable en la Administración General del Estado. IDEAS, 2009.

⁴ Fuente: Modificado de "Guía de contratación pública sostenible. Incorporación de criterios sociales", 2010. Edita: Ideas. Patrocina faedei (Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción), AEXCID (Agencia Extremeña de Cooperación al Desarrollo), Gobierno de España Ministerio de Trabajo e Inmigración, y cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea (proyecto Public Affairs).



**MUNICIPIOS,
COOPERACIÓN
Y SOLIDARIDAD**

JORNADA SOBRE
LA COOPERACIÓN
AL DESARROLLO
MUNICIPAL COMO
HERRAMIENTA EFICAZ
EN LA LUCHA

**CONTRA LA
*POBREZA**

Una publicación de:



Con la colaboración de:

