

MANUAL DE FORMACIÓN

EL VOLUNTARIADO

EN COMERCIO JUSTO



EDITA: Coordinadora Estatal de Comercio Justo www.comerciojusto.org

DIRECCIÓN: Marta Lozano Sabroso

REDACCIÓN: Marta Guijarro Ruiz

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: José Luis Paniagua

CON FINANCIACIÓN DE: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).



Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) con cargo al proyecto 2018 PRY1294. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| PRESENTACIÓN | 4 |
| TEMA 0 Introducción. Un mundo desigual | 7 |
| TEMA 1 ¿Qué es el Comercio Justo? | 16 |
| TEMA 2 Comercialización. El proceso del Comercio Justo | 27 |
| TEMA 3 Mucho más que comercio. La importancia de la sensibilización | 42 |
| TEMA 4 Incidencia política. Cambiar las leyes para cambiar el mundo | 46 |
| PARA SABER MÁS | 52 |
| → El Comercio Justo y la igualdad de género | 53 |
| → El Comercio Justo y la explotación laboral infantil | 55 |
| → El Comercio Justo y el cambio climático | 57 |

PRESENTACIÓN

Si estás leyendo esto es porque has decidido empezar a colaborar como voluntario o voluntaria en alguna organización de Comercio Justo.

Antes de nada, BIENVENIDO, BIENVENIDA. Y GRACIAS.

Este manual va dirigido a personas como tú que vas a comenzar tu labor de voluntariado en alguna organización de Comercio Justo, o que quizá ya llevas un tiempo haciéndolo pero quieres reforzar tus conocimientos sobre el tema.

• **En el tema 0** ofrecemos algunos datos significativos sobre la pobreza y las desigualdades globales. El objetivo de este tema inicial es plantear el contexto general y las realidades a las que el Comercio Justo busca responder y combatir. Por ello, destacamos los datos e información sobre aquellos aspectos en los que más incide el Comercio Justo: pobreza, explotación laboral, desigualdad de género, explotación laboral infantil y crisis climática. Completamos este tema con la explicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, fijados por Naciones Unidas en 2015 y que marcan la agenda de desarrollo hasta 2030.

• **En el tema 1** analizamos qué es el Comercio Justo, cuáles son sus principios internacionalmente consensuados, cómo surgió y la historia de este movimiento que ya tiene más de 50 años, y en nuestro país más de 30. También describimos las tres principales líneas de acción del Comercio Justo: comercialización, incidencia política y sensibilización.

• **En el tema 2** nos centramos de lleno en el proceso de comercialización de Comercio Justo, desde la producción hasta el consumo. Nos acercaremos a conocer las organizaciones productoras (cuántas son, dónde están, cuáles son sus características principales); también describimos cuáles son las tareas principales de las organizaciones distribuidoras y la función que cumplen las tiendas de Comercio Justo. En este tema abordamos uno de los aspectos esenciales del Comercio Justo: cómo se certifican los

productos de Comercio Justo y qué sellos y avales existen actualmente.

• **Los temas 3 y 4** están dedicados a las tareas de sensibilización y movilización social y de incidencia política que lleva a cabo el Comercio Justo, dos líneas de acción imprescindibles para lograr los objetivos que perseguimos como movimiento social y económico. Aquí describimos las iniciativas más destacadas y las campañas en las que participamos.

Al final de cada tema encontrarás una **autoevaluación**. Se trata de unas preguntas sencillas con las que queremos ayudarte a clarificar las ideas fundamentales que debes conocer.

Por último, hemos añadido un bloque de **temas monográficos** relacionados con el Comercio Justo para que puedas profundizar en cada uno de ellos.

¿SABÍAS QUE...?

En las organizaciones miembro de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, más de 2.300 personas colaboran como voluntarias, 3 de cada 4 son mujeres. (Datos del informe anual de 2016).

Esperamos que disfrutes de la formación y, sobre todo, que te resulte motivadora para participar en este movimiento económico y social integrado por personas de todo el planeta que queremos avanzar hacia un mundo más justo, equitativo y sostenible que favorezca la vida digna a la que todos y todas tenemos derecho.

LA PERSONA. Ser voluntario o voluntaria de Comercio Justo

El voluntariado parte de la necesidad y voluntad personales de participar en la sociedad para contribuir a generar cambios positivos desde el altruismo, la solidaridad y el compromiso.

En concreto, las personas voluntarias que colaboran en el Comercio Justo:

- Son sensibles y solidarias frente a las desigualdades globales y a las situaciones de pobreza e injusticia de todo el planeta.
- Son respetuosas y empáticas.
- Trabajan en equipo.
- Son responsables.
- Tienen una visión global acerca de las causas de la pobreza y la desigualdad.
- Creen que avanzar hacia una sociedad global más justa es posible.

REPENSAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- Párate un momento a pensar: ¿por qué quiero colaborar como voluntario o voluntaria en Comercio Justo? Puedes anotararlo aquí:

- Piensa cuáles serían tus 3 cualidades más destacadas como voluntario o voluntaria de Comercio Justo:

TEMA 0. INTRODUCCIÓN

UN MUNDO DESIGUAL

CONTENIDOS:

- Una realidad compleja.
- Un mismo objetivo, dos caminos:
Objetivos de Desarrollo Sostenible y Comercio Justo.
- El caso del cacao. Pobreza en un negocio millonario.
- Otro ejemplo significativo: el café.

EN ESTA INTRODUCCIÓN VAMOS A OFRECER ALGUNOS DATOS SIGNIFICATIVOS QUE PONEN DE MANIFIESTO LA PROBLEMÁTICA DE LA POBREZA Y LA DESIGUALDAD GLOBALES. TAMBIÉN HABLAREMOS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y EL COMERCIO JUSTO COMO RESPUESTAS PARA LOGRAR UN DESARROLLO SOSTENIBLE Y UNA MAYOR JUSTICIA GLOBAL.

Una realidad compleja

La pobreza es una realidad compleja, consecuencia de múltiples causas y que ofrece distintas caras. En esta introducción queremos poner de relieve algunos datos ofrecidos por organismos internacionales con el fin de hacer una fotografía de las distintas dimensiones de la pobreza.

Pese a que los informes señalan algunos avances, todavía hoy según Naciones Unidas 736 millones de personas viven en la pobreza¹, o lo que es lo mismo, el 11% de la población mundial sobrevive con menos de 2 dólares al día y no tiene garantizado el acceso a alimentos o agua potable.

En paralelo a esta realidad está la de la **desigualdad**, que se ha disparado en las últimas décadas. Si hablamos sólo de la desigualdad de ingresos, Naciones Unidas

concluye que el 10% más rico de la población mundial recibe hasta el 40% de los ingresos globales, mientras que el 10% más pobre solo recibe entre el 2% y el 7% de esos ingresos. Otro dato significativo: hoy cerca del 80% de la población solo posee el 6% de la riqueza global mientras que el 1% más rico posee más de la mitad de la riqueza, según el informe del PNUD de 2015.

Uno de los aspectos más duros de la pobreza extrema es el **hambre**. En los últimos años el número de personas que lo padecen aumentó hasta los 821 millones de personas², lo que representa una de cada nueve personas en el mundo. De hecho desde 2015, momento en que se adoptaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el hambre lejos de disminuir ha crecido, volviendo a los niveles de hace una década. Especialmente esta situación está empeorando en América del Sur y en gran parte de África.



© Pixabay

Un aspecto paradójico e injusto de la realidad de la pobreza es la relativa a los llamados “**trabajadores pobres**”, esto es, personas que teniendo un empleo viven en la pobreza ya que se trata de empleos vulnerables, con remuneraciones escasas e inestables. La Organización Internacional del Trabajo calcula que unos 830 millones de personas se encuentran en esta situación, es decir, un tercio de la clase trabajadora mundial. De ellas, 2 de cada 3 trabajan en la agricultura. Más de 1.400 millones de personas en todo el mundo tienen empleos vulnerables, muchas de ellas en países en desarrollo. Cada año, esta cifra aumenta en 11 millones de personas³.

Otra cara particularmente grave es la **explotación laboral infantil** que afecta a 152 millones de niños y niñas. Casi la mitad de ellos y ellas (73 millones) realizan trabajos peligrosos⁴.

Por sectores de actividad, el trabajo infantil se concentra en primer lugar en la agricultura: 7 de cada 10 menores que trabajan lo hacen en la agricultura, ganadería o pesca; el 17% lo hacen en el sector de servicios y el 12% en la industria, en particular, en la minería.

Por regiones geográficas, en África, 1 de cada 5 menores de este continente trabajan. En otras regiones la prevalencia es menor: en los Estados Árabes, 1 de cada 35 niños; en Europa y Asia Central, 1 de cada 25; en las Américas, 1 de cada 19 niños, y en la región de Asia y el Pacífico, 1 de cada 14.

Casi la mitad de los 152 millones de niños víctimas del trabajo infantil tienen entre 5 y 11 años; 42 millones (28%) tienen entre 12 y 14 años; y 37 millones (24%), entre 15 y 17 años.

Por otro lado, no podemos olvidarnos de la **desigualdad de género**. Según Naciones Unidas, en todas las

regiones del planeta las mujeres registran un Índice de Desarrollo Humano más bajo que los hombres. En el ámbito laboral, ellas siguen ganando menos que ellos. Un análisis realizado de los últimos datos disponibles para 62 países reveló que el salario medio por hora de los hombres es un 12% más alto que el de las mujeres.

En la fuerza laboral ellas representan el 39%. Sin embargo, en el trabajo de cuidados y doméstico, se calcula que las mujeres dedican aproximadamente el triple de tiempo que los hombres a estas tareas, según los últimos datos disponibles de unos 90 países.

Esto se une al desequilibrio en su representación política: Solo el 24% de las parlamentarias son mujeres.

Por último, las comunidades de todo el mundo son cada vez más vulnerables a los efectos del **cambio climático**, en particular, quienes viven en la pobreza. Naciones Unidas alerta de que el 74% de las personas que viven en la pobreza se ven directamente afectadas por la degradación de la tierra a nivel mundial. Tal y como señala su Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2019: “si no reducimos ahora las emisiones de gases de efecto invernadero, se estima que el calentamiento global alcanzará los 1,5 grados centígrados en las próximas décadas. Los efectos combinados serán catastróficos e irreversibles: el aumento de la acidificación de los océanos, la erosión de las costas, condiciones meteorológicas extremas, desastres naturales más graves y frecuentes, la continuación de la degradación de los suelos, la pérdida de especies vitales y el colapso de ecosistemas. Estos efectos, que harán que muchas partes del mundo sean inhabitables, afectarán más a los pobres. Pondrán en peligro la producción de alimentos lo que provocará una escasez alimentaria generalizada y el hambre, que podría desplazar a hasta 140 millones de personas para el año 2050.”

1. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals>.

2. <http://www.fao.org/news/story/es/item/1152167/icode/>

3. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_617411/lang--es/index.htm

4. http://www.oit.org/global/publications/books/WCMS_575499/lang--es/index.htm

→ UN MUNDO DESIGUAL

Un mismo objetivo, dos caminos

Con la finalidad de combatir la pobreza y la desigualdad, nace en los años 60 el movimiento por un Comercio Justo. Aunque hoy este movimiento económico y social se ha desarrollado enormemente y se parece poco a lo que era en ese momento, sus principios básicos no han cambiado. El Comercio justo busca conseguir el desarrollo de las comunidades más empobrecidas a través de la comercialización de sus productos y de facilitar su acceso al mercado internacional en condiciones justas y equitativas.

La respuesta del Comercio Justo a la pobreza y desigualdad globales parte de un planteamiento integral que incorpora lo económico, social, personal y medioambiental. El Comercio Justo entiende que las causas de esta realidad son complejas, con efectos multidimensionales que no se pueden abordar desde

una única perspectiva. Es por ello que solo el crecimiento económico no es suficiente, sino que es fundamental garantizar el desarrollo humano y el cuidado del medio ambiente.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En septiembre de 2015 y como continuación de la declaración de los Objetivos del Milenio, 193 líderes mundiales en el marco de Naciones Unidas adoptaron una nueva agenda de desarrollo sostenible. Se trata de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, 17 retos que incluyen metas concretas y que los países firmantes deben cumplir antes de 2030. Su finalidad es erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente y garantizar que todas las personas gocen de prosperidad y paz. Esta nueva declaración marcará la agenda de desarrollo en los próximos 15 años.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17 objetivos, cada uno de los cuales incluye metas concretas:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de producción y consumo sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.
17. Revitalizar la Alianza mundial para el desarrollo sostenible.

Tanto el Comercio Justo como los Objetivos de Desarrollo Sostenible comparten no solo su finalidad última sino también dos planteamientos fundamentales: por un lado, la perspectiva integral, ambos entienden que el desarrollo no consiste solo en el desarrollo económico sino que abarca todos los aspectos humanos, personales, sociales y ecológicos. Y por otro lado, la estrategia de trabajo en red, es decir, la necesidad de crear una gran alianza global entre distintos actores para combatir la pobreza y la desigualdad.



LECTURA RECOMENDADA:

CUADERNO DE COMERCIO JUSTO NÚMERO 7:

El Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/09/CUADERNO-CASTELLANO-web.pdf>

El caso del cacao. Pobreza en un negocio millonario

El mercado global del chocolate genera cada año unos 103.000 millones de dólares y crece a un ritmo del 7% anual. Estos ingresos quedan, además, en pocas manos: solo **3 grandes empresas concentran el 60% del procesamiento mundial de cacao**, y 6 empresas constituyen el 40% del mercado global de consumo de chocolate⁵.



© Fairtrade International

Sin embargo, la mayoría de las entre 5 y 6 millones de personas que cultivan cacao siguen viviendo en la pobreza. El 70% del cacao mundial se produce en el África Subsahariana (Costa de Marfil y Ghana, principalmente). Del precio final de una tableta de chocolate, las familias cacaocultoras reciben entre el 3 y 7%, un porcentaje muy inferior al 50% que recibían en los años 70, y el 16% en los 80. El ingreso de quienes cultivan el cacao contrasta con lo obtenido por los fabricantes de chocolate, que reciben alrededor del 40% del precio final de una tableta, o los minoristas, cerca del 35%.

En 2018, Fairtrade International estimó que de media una familia cacaocultora en Costa de Marfil ingresaba 0'78 dólares diarios frente a los 2'51 diarios estimados como renta mínima.

El trabajo infantil es una de las problemáticas alentadas por la pobreza de las familias productoras. En

2015, 1,2 millones de menores en Costa de Marfil y 0,9 millones en Ghana trabajaban en este sector, realizando tareas peligrosas como soportar cargas pesadas, manipular productos químicos o trabajar con machetes.

Por otro lado, el cultivo del cacao constituye una de las principales causas de **deforestación**. Los terrenos agrícolas dedicados al cacao producen aproximadamente la mitad de lo que deberían. Esto se debe, en gran medida, a que los ínfimos ingresos de las familias agricultoras no les permiten invertir en mejoras relacionadas con las prácticas sostenibles o con el aumento de la fertilidad de la tierra o sustituir los árboles de cacao enfermos o envejecidos. La pérdida de productividad de las tierras lleva a un modelo bajo el que la producción migra de una región a otra eliminando bosques a su paso.

5. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/Informe-cacao-castellano-DEF.pdf>

Las industrias del chocolate y el café son claros ejemplos del modelo imperante comercial actual y sus consecuencias; ambos son negocios con ingresos millonarios pero que generan pobreza, desigualdades y deterioro ambiental.



LECTURAS RECOMENDADAS:

**CUADERNO 4 DE COMERCIO JUSTO:
Informe divulgativo sobre el chocolate.**

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2014/04/Cuaderno-cast.pdf>

**INFORME “HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE LAS CADENAS
DE SUMINISTRO DEL CACAO.** <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/Informe-cacao-castellano-DEF.pdf>

Otro ejemplo significativo: el café

El café es otro ejemplo significativo del modelo de producción y comercialización actual y sus impactos humanos, sociales y medioambientales. Su problemática es similar a la del cacao aunque sus cifras son cuantitativamente superiores.

25 millones de personas de más de 80 países se dedican al cultivo del café, mayoritariamente en parcelas de menos de 5 hectáreas. En su mayoría, viven en la pobreza. En Perú y Etiopía, **los caficultores/as generan ingresos muy por debajo de lo que se considera el umbral de la pobreza.** De hecho en 2017 sus ingresos fueron un 20% más bajos que en 2005. En el caso de Colombia, aunque de media los caficultores sí alcanzan el umbral de la pobreza, no se puede considerar un nivel de vida digno.

Las familias caficultoras a menudo no cuentan con medios suficientes para mantener sus cultivos, a veces ni siquiera para cosechar todo su café, por lo que se ven obligadas a endeudarse para satisfacer sus necesidades básicas. Ello **favorece también fenómenos como el trabajo infantil o la migración.** A menudo sufren malnutrición e índices elevados de analfabetismo.



© Fairtrade Internacional

→ UN MUNDO DESIGUAL

La caída de los precios del café a nivel internacional y el aumento de los costes de producción son dos de las causas que consolidan la pobreza de quienes lo cultivan. El corto margen que obtienen y la dificultad para obtener financiación no les permiten realizar inversiones, con lo que el rendimiento y la calidad disminuyen y, a su vez, se reducen sus ingresos. De esta manera, se acrecienta el círculo de la pobreza en el que se ven atrapados. Quienes trabajan en el sector, además, están expuestos a productos químicos o a enfermedades respiratorias. Las mujeres, que realizan casi el 70% de las labores de cuidado de las parcelas, en general son las peor pagadas y en muy raras ocasiones son propietarias de las tierras.

En un **mercado que genera unos 200.000 millones de dólares al año** -el segundo producto agrícola en volumen comercial después del petróleo- quienes cultivan el café constituyen el eslabón más vulnerable de la cadena. La desigualdad entre los distintos eslabones de dicha cadena se ha acrecentado en los últimos años. Mientras las empresas tostadoras y distribuidoras generaron 1.177 millones de euros, **las organizaciones productoras percibieron únicamente el 4% de las ganancias.**

La distribución de valor y costes en la comercialización del café es profundamente injusta. Si bien los países productores reciben de media entre el 23% y el 27% del valor generado por la cadena del café, concentran entre el 68% y el 92% de los costes sociales asociados y sufren en primera persona los principales impactos medioambientales y sociales.

La producción de café sufre especialmente el impacto del cambio climático: aumento de temperaturas, alteración de lluvias, plagas y enfermedades, etc. De hecho, diversos estudios revelan que sin un plan para combatirlo, la superficie apta para su cultivo podría reducirse a la mitad en 2050.

El café requiere unas condiciones muy particulares, por ello su cultivo está especialmente amenazado por la crisis climática. Según las previsiones, de aquí a 2050 la temperatura podría aumentar en las principales zonas

de plantación, con incrementos de lluvias y temporadas secas cada vez más áridas. Paralelamente, la previsión es que en este mismo periodo el consumo de café aumente debido a los cambios de hábitos y al desarrollo de economías emergentes. Para satisfacer la nueva demanda, se debería multiplicar por 2'5 la superficie disponible para las plantaciones, lo que incrementaría los efectos negativos que ya se están constatando. Por ejemplo, la creciente expansión de la producción de café y la tendencia a modernizar las explotaciones están generando un gran impacto en la deforestación. Ello provoca la tala de árboles de sombra y, por tanto, la pérdida de sus beneficios asociados como son la regulación climática, la lucha contra la erosión o el mantenimiento de la fertilidad y humedad de los suelos.

Asimismo, para asegurar una mayor productividad de las tierras, la industria se está orientando hacia el monocultivo de café sin sombra lo que produce un mayor rendimiento de las tierras pero también impactos negativos en la calidad de los suelos y el agua o la pérdida de biodiversidad. Además, estos modelos industriales necesitan un elevado uso de productos químicos, lo que aumenta los costes de producción y, por tanto, reduce los ingresos para los productores y productoras, que ya viven en la pobreza.

En definitiva, las familias caficultoras pagan el coste invisible de la producción insostenible: cambio climático, contaminación y pobreza.



LECTURAS RECOMENDADAS:

CUADERNO DE COMERCIO JUSTO 11:

Café, historia de un éxito que oculta una crisis.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/06/CUADERNO-11.pdf>

CUADERNO 1 DE COMERCIO JUSTO:

Informe divulgativo sobre el café.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2012/05/cuaderno-caf%C3%A9-castellano2.pdf>

AFIANZAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- Señala los principales impactos que genera el actual modelo de producción y comercialización globales:

- ¿Cuál de estas frases refleja de manera más correcta el planteamiento del Comercio Justo?

1. La pobreza y la desigualdad se combaten aportando recursos económicos a las comunidades empobrecidas.
2. La pobreza y la desigualdad se combaten incrementando las relaciones comerciales con los países empobrecidos.
3. La pobreza y la desigualdad se combaten desde un planteamiento integral que tenga en cuenta lo económico, social, humano y ecológico.

RESPUESTAS. AUTOEVALUACIÓN

- Señala los principales impactos que genera el actual modelo de producción y comercialización global.

- **Impactos económicos:** pobreza, ingresos que no cubren las necesidades básicas humanas, desigualdades económicas...
- **Impactos sociales y humanos:** condiciones laborales indignas, explotación laboral infantil, deterioro de la salud y enfermedades, desigualdad de género...
- **Impactos medioambientales:** deforestación, pérdida de fertilidad de las tierras, contaminación ambiental...

- ¿Cuál de estas frases refleja de manera más correcta el planteamiento del Comercio Justo?

Respuesta número 3.

TEMA 1.

¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

CONTENIDOS:

- Definición. Los 10 principios internacionales.
- Breve historia del Comercio Justo.
- Trabajo en red. Principales redes de Comercio Justo.
 - Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO).
 - Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ).
- El triángulo del Comercio Justo.

EN ESTE TEMA VAS A CONOCER QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO Y LOS 10 PRINCIPIOS EN LOS QUE SE BASA. TAMBIÉN ABORDAREMOS CÓMO SURGIÓ ESTE MOVIMIENTO, SU EVOLUCIÓN Y LAS PRINCIPALES REDES DE ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO A NIVEL ESTATAL E INTERNACIONAL.

Definición

El Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional cuyo objetivo es la lucha contra la pobreza y las desigualdades. Se basa en una serie de principios relativos a aspectos laborales, sociales, medioambientales y de desarrollo humano.

Pero además, el Comercio Justo constituye un movimiento internacional formado por personas y organizaciones de todo el mundo que trabaja para cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundiales.

La definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es:

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.

(Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)



→ ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

Los 10 principios del Comercio Justo

El Comercio Justo se rige por un documento esencial que deben cumplir todas las organizaciones, la Carta de Principios. Esta fue consensuada y aprobada por las más de 400 entidades miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo.

La **Carta de los 10 Principios del Comercio Justo** responde al objetivo de contribuir al desarrollo de las organizaciones productoras y sus comunidades, y combatir la desigualdad. Cada uno de los principios por separado también contribuye a este mismo objetivo. De esta manera, podemos decir que los 10 principios están interrelacionados.

Los 10 principios que deben cumplir todas las organizaciones para ser consideradas de Comercio Justo son:

1. Creación de oportunidades para organizaciones productoras con desventajas económicas.
2. Transparencia y responsabilidad.
3. Prácticas comerciales justas.
4. Pago de un precio justo.
5. Asegurar la ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo.
8. Facilitar el desarrollo de capacidades.
9. Promoción del Comercio Justo.
10. Respeto por el medio ambiente.



Aquí puedes leer de manera íntegra la Carta Internacional del Comercio Justo y la definición de cada uno de los principios y las prácticas en las que se concretan. Para que tengas una idea general de cada uno de los principios, los explicamos brevemente a continuación:

1. Creación de oportunidades para productores/as con desventajas económicas

Uno de los objetivos fundamentales de las organizaciones de Comercio Justo debe ser la reducción de la pobreza. En este sentido, **el Comercio Justo apoya a pequeñas organizaciones productoras en situación de pobreza** y que tienen dificultades para acceder al mercado. La finalidad del Comercio Justo es que puedan pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica.

2. Transparencia y responsabilidad

Todas las organizaciones de Comercio Justo deben **ser transparentes en su gestión y en sus relaciones comerciales**, facilitando toda la información pertinente. Además, deben favorecer la **participación** de sus empleados y empleadas en la toma de decisiones.

3. Prácticas comerciales justas

En Comercio Justo, **la prioridad es garantizar el bienestar social, económico y ambiental de las organizaciones productoras, por ello las prácticas comerciales no buscan maximizar las ganancias a expensas de estas.** Las entidades comercializadoras y distribuidoras de Comercio Justo son conscientes de las desventajas financieras de las productoras, por lo que los pedidos son pagados puntualmente. Se suele abonar la mitad del pedido antes de la elaboración y entrega de la producción.

En caso de cancelaciones de pedidos, siempre que sea por causas ajenas a las organizaciones productoras, se compensa de forma adecuada la producción ya realizada. El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de las organizaciones productoras tal y como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

En Comercio Justo las relaciones comerciales se establecen a largo plazo y se basan en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo. Las organizaciones de Comercio Justo del mismo país trabajan en cooperación y evitan la competencia desleal.

4. Pago de un precio justo

El precio al que se paga la producción **se establece de común acuerdo** entre las entidades distribuidoras o comercializadoras y las productoras. El precio ha de ser **justo para los productores y productoras**, es decir, debe permitir una remuneración digna (según el contexto local) e igual para hombres y mujeres por el mismo trabajo. El precio también **debe ser sostenible en el mercado.**

QUIZÁ TE ESTÉS
PREGUNTANDO:

¿QUÉ ES LA PRIMA DE COMERCIO JUSTO?

La llamada prima de Comercio Justo es una cantidad de dinero adicional al precio acordado que reciben las organizaciones productoras y que estas pueden destinar al proyecto que democráticamente decidan (iniciativas de educación, salud, construcción de infraestructuras comunitarias, etc.) La prima de Comercio Justo la reciben las organizaciones productoras certificadas por Fairtrade.

→ ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso

Todas las organizaciones de Comercio Justo deben **adherirse a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a las leyes nacionales y locales** sobre el empleo de los niños y niñas. En Comercio Justo se garantiza que no hay explotación laboral infantil. Cualquier participación de niños o niñas en la producción de artículos de Comercio Justo siempre es comunicada y supervisada y en ningún caso debe afectar negativamente al bienestar, la seguridad, la educación o la necesidad de jugar de los niños y niñas.

Las organizaciones de Comercio Justo garantizan que no hay trabajo forzoso en su mano de obra.

6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)

En Comercio Justo, las organizaciones **no discriminan en la contratación, remuneración, acceso a la formación, promoción o jubilación a ninguna persona** por motivos de la raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, pertenencia a sindicatos, afiliación política, VIH/Sida, estatus o edad.

Las organizaciones de Comercio Justo aseguran una **retribución igual a hombres y a mujeres por el mismo trabajo**, proporcionan oportunidades para que las mujeres y los hombres desarrollen sus capacidades y su **formación**, y además, fomentan la **presencia de mujeres en el ámbito laboral y en los puestos de liderazgo** de la organización.

Las organizaciones de Comercio Justo tienen en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y madres en periodo de lactancia. Las mujeres participan plenamente en las decisiones de la organización en relación a cómo y en qué utilizar los beneficios económicos extraordinarios (prima).

Las organizaciones de Comercio Justo respetan **el derecho de los empleados y empleadas a formar**

asociaciones, negociar colectivamente o afiliarse a sindicatos. En el caso de países en los que los sindicatos o la negociación colectiva están restringidos por ley y/o limitados por la situación política, las organizaciones de Comercio Justo facilitarán medios para crear una asociación independiente y libre para la negociación colectiva. En este sentido, en Comercio Justo se asegura que los y las representantes de los empleados no son objeto de discriminación.

7. Asegurar buenas condiciones de trabajo

El entorno de trabajo debe ser seguro y saludable para los empleados y empleadas. Como mínimo, las organizaciones deben cumplir con la legislación nacional y los convenios de la OIT sobre salud y seguridad, horas de trabajo y condiciones laborales.

Además las organizaciones de Comercio Justo forman a los trabajadores y trabajadoras sobre salud y seguridad laboral y, de manera continua, fomentan la concienciación sobre prácticas en este sentido.

QUIZÁ TE
PREGUNTES...

¿CUALQUIER PRODUCTO CON UN FIN SOLIDARIO SE PUEDE CONSIDERAR DE COMERCIO JUSTO?

No. Un producto con un fin solidario no es sinónimo de Comercio Justo. Para que un producto pueda ser considerado de Comercio Justo es necesario que se garantice el cumplimiento de los 10 principios de la Carta Internacional, y no solo alguno/s de ellos.

8. Facilitar el desarrollo de capacidades

Las organizaciones de Comercio Justo favorecen el desarrollo de capacidades y habilidades de sus miembros. Así favorecen **iniciativas de formación** para que los productores y productoras mejoren sus habilidades de gestión, capacidad de producción y el acceso a los mercados locales, regionales o internacionales de Comercio Justo.

Las entidades comercializadoras o importadoras de Comercio Justo ofrecen apoyo a las organizaciones productoras para fomentar la formación y el desarrollo de las capacidades de trabajadores y trabajadoras.

9. Promoción del Comercio Justo

Las organizaciones de Comercio Justo, además de su labor de producción o comercialización, deben difundir la finalidad de este movimiento y su pertinencia. También deben ofrecer información sobre sí mismas, sus productos y su proceso de elaboración. Las técnicas de publicidad y marketing deben ser honestas.

10. Respeto por el medio ambiente

Con el fin de proteger el entorno medioambiental las organizaciones productoras de Comercio Justo deben:

- Priorizar el uso de materias primas obtenidas de manera sostenible y adquirirlas en el entorno cercano cuando sea posible.

- Utilizar técnicas de producción que reduzcan el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero. En lo posible, se usarán energías renovables.

- Minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente.

En la producción agrícola de Comercio Justo se utilizan plaguicidas orgánicos.

Las organizaciones comercializadoras e importadoras dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas sostenibles. En la medida de lo posible, se utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje, y los productos son enviados por mar, siempre que sea posible.



VIDEO:

EL COMERCIO JUSTO EN 6 PASOS.

<https://www.youtube.com/watch?v=cHlxYxkMhnM>

→ ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

Breve historia del Comercio Justo

El movimiento del Comercio Justo comenzó entre los años 40 y 50 en Estados Unidos. Allí se desarrollaron las primeras iniciativas: en 1945, la organización Ten Thousand Villages empezó comprando bordados de Puerto Rico, y otra entidad, SERRV, vendía artículos de artesanía realizados por comunidades del Sur. Muchos de estos artesanos estaban luchando contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a las empresas intermediarias. En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de “Comercio Justo” se abrió en 1958.

Casi simultáneamente, en **Europa**, la ONG Oxfam en Reino Unido empezó a vender artesanías fabricadas por personas refugiadas de China en sus propios locales. Años más tarde, en 1964, creó la primera Organización de Comercio Justo (Oxfam Trading).

En este mismo año, en la ‘Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo’ (UNCTAD) los países del Sur global, bajo el lema ‘**Comercio, no ayuda**’ (**Trade, not aid**) solicitaron la aprobación de unas reglas comerciales más justas.

En 1967 se crea la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda (Fair Trade Organisatie). Dos años más tarde, abre la primera tienda europea, denominada “tienda del tercer mundo”. A partir de ahí comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países: Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones productoras de Comercio Justo en África, América Latina y Asia.

1973 es un año clave en la historia del Comercio Justo ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación. Se trataba de café producido por

cooperativas de Guatemala bajo el nombre “Indio Solidarity Coffee”. Esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo.

En los años 70 y 80, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchas organizaciones productoras. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y nuevos artículos de artesanías.

La creación de redes internacionales

En 1987, 11 importadoras europeas constituyeron la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT).

Por otro lado, en 1984 se celebró la primera reunión de tiendas, un hecho que sentó las bases de lo que años más tarde constituiría la red “News de Tiendas del Mundo” en Europa, establecida formalmente en 1994.

En el año 2009 la red de tiendas News se unificó con IFAT formando así la **Organización Mundial del Comercio Justo**.

Otro hito importante fue la celebración en 1996 del “Día de las Tiendas del Mundo Europeas”. Con el tiempo, esta iniciativa fue acogida por IFAT, y supuso el primer paso para el establecimiento del Día Mundial del Comercio Justo. Esta celebración comenzó el 4 de Mayo de 2002, y en la actualidad tiene lugar el segundo sábado de Mayo.

En 1997 se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional, la primera entidad certificadora de Comercio Justo. Cinco años más tarde lanzó un sello de certificación internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (Internacional Fairtrade Certification Mark).

En 2004 la Federación Internacional de Comercio Justo (IFAT) desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año siguiente comienza a

funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo.

En España

En 1986 surgieron en España las primeras iniciativas de Comercio Justo, con la apertura de dos tiendas: en San Sebastián-Donostia, por parte de la organización Traperos de Emaús, y en Córdoba por la cooperativa Sandino (hoy, IDEAS).

La década de los 90 fue la de la expansión del Comercio Justo en nuestro país. A lo largo de esos años se fueron abriendo tiendas por todo el territorio. Aquellos primeros mercadillos y tiendas de artesanía se transformaron en estos años en iniciativas de Comercio Justo propiamente dichas. También se consolidaron las organizaciones importadoras de Comercio Justo, como tal.

A mediados de esa década, en el 1996, diecinueve organizaciones forman la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, con la finalidad de aunar esfuerzos, trabajar conjuntamente y fortalecer el movimiento del Comercio Justo.



Tienda de Comercio Justo de Córdoba en 1986.
Foto: Cortesía de C. Reintjes.

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.

En 2005 se funda Fairtrade España (hoy Fairtrade Ibérica), integrada en Fairtrade Internacional. A partir de 2008 despegó la expansión de los productos certificados en empresas y grandes cadenas de distribución y hostelería.



© Archivo CECJ

JAVIER PRADINI (EMAÚS): “AL PRINCIPIO SOLO VENDÍAMOS VESTIDOS Y FIGURAS DECORATIVAS”.

En esa época resultaban muy diferentes a lo que estábamos acostumbrados a ver aquí, en San Sebastián. Llamaban la atención y tenían su salida. Ahora la gente viaja más y es más fácil adquirir este tipo de productos artesanales. Hoy en día, el Comercio Justo está muy centrado en alimentación, que por otra parte es algo lógico.

[Leer entrevista completa](#)

→ ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

COMERCIO JUSTO, UNA COMPLETA RED INTERNACIONAL

*Hoy, después de más de 50 años de existencia, el Comercio Justo es una completa red internacional que **cuenta con su Carta de principios, instituciones reguladoras y procedimientos**. Está presente en más de 70 países y agrupa a más de 2000 organizaciones productoras en las que trabajan 2 millones de personas, 500 importadoras y más de 4000 tiendas especializadas.*

Trabajo en red

El Comercio Justo es un movimiento internacional que agrupa a organizaciones productoras, certificadoras, importadoras, tiendas, entidades de sensibilización y movilización. El trabajo en red, por tanto, es parte esencial del Comercio Justo.

Os presentamos las dos redes de organizaciones de Comercio Justo más significativas a nivel internacional y estatal:



La Organización Mundial del Comercio Justo

Es la red de Comercio Justo más representativa a nivel internacional. Agrupa a cerca de 400 entidades de Comercio Justo de 76 países, entre organizaciones productoras, importadoras, comercializadoras, tiendas, redes y plataformas estatales. Su organización y toma de decisiones es democrática. Una de sus principales funciones es el desarrollo y aplicación del Sistema de Garantías que verifica el cumplimiento de los 10 principios de Comercio Justo por parte de las organizaciones miembro.



La Coordinadora Estatal de Comercio Justo

En nuestro país, la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) es la plataforma que agrupa a organizaciones vinculadas al Comercio Justo. Su trabajo se centra en potenciar este sistema comercial alternativo, dando servicio a sus entidades miembro. Forma parte de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO).

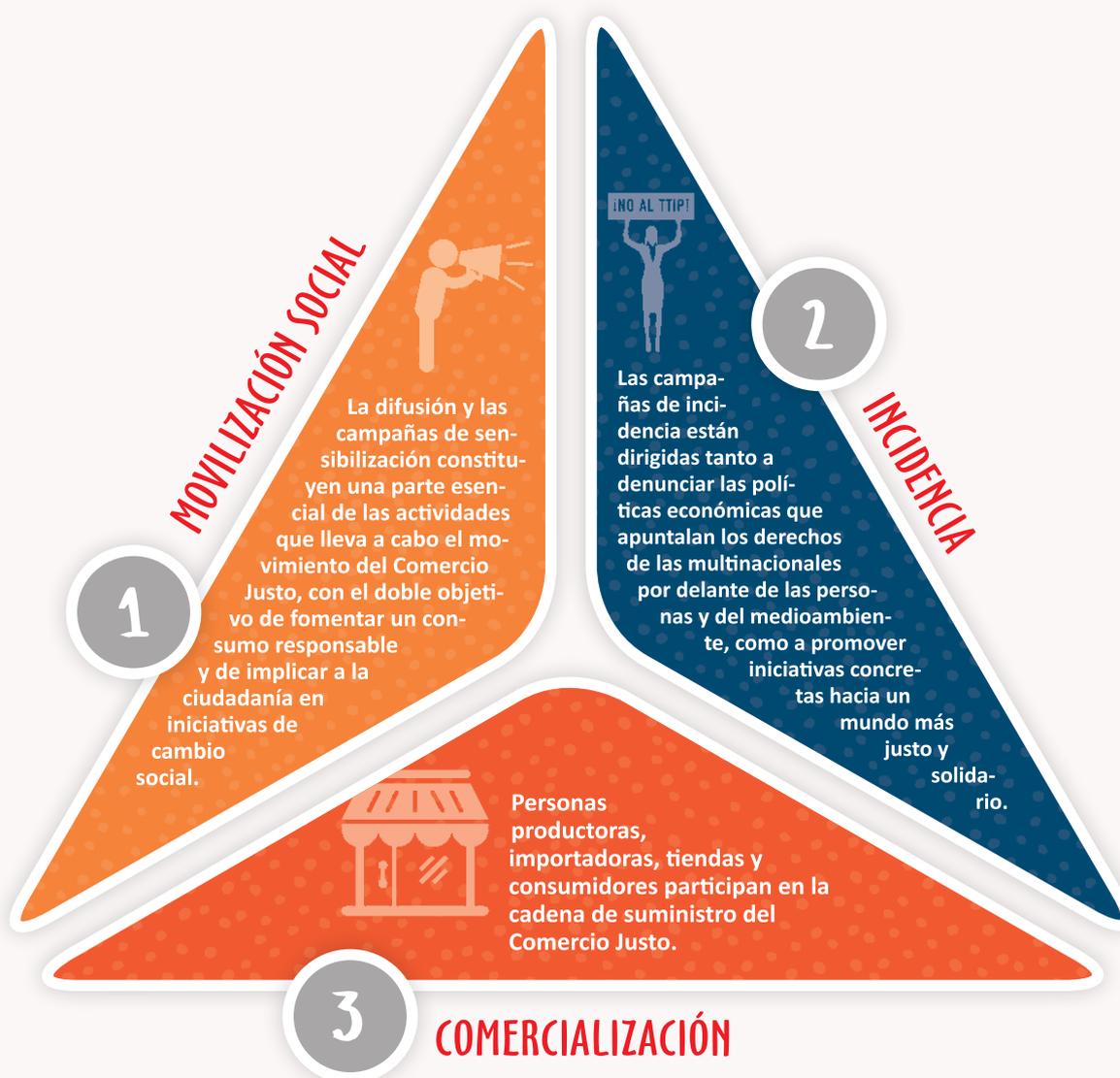
El triángulo del Comercio Justo

Aunque la comercialización de productos es el aspecto más visible y conocido del Comercio Justo, éste no es el único.

La finalidad última del Comercio Justo es la denuncia y transformación de las injustas reglas comerciales

que rigen el sistema económico actual y consolidan la desigualdad y la pobreza. Por sí sola la comercialización no cumpliría los objetivos del movimiento del Comercio Justo.

Para lograr sus objetivos, el Comercio Justo trabaja de forma simultánea en tres líneas de acción: **comercialización, movilización social e incidencia.**



En los siguientes temas vamos a profundizar en cada una de las 3 líneas de acción del Comercio Justo.

→ ¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

AFIANZAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- **¿Qué deben cumplir todas las organizaciones de Comercio Justo para poder ser consideradas como tal?:**

- **¿Cuál de estas 3 afirmaciones define de manera más correcta al movimiento del Comercio Justo?**

1. El Comercio Justo apoya proyectos de desarrollo en comunidades empobrecidas.
2. El Comercio Justo es compra y venta de productos realizados en condiciones dignas y sostenibles.
3. El Comercio Justo trabaja en la comercialización bajo criterios de justicia y sostenibilidad, en la concienciación y movilización de la ciudadanía y realiza acciones de incidencia política.

RESPUESTAS. AUTOEVALUACIÓN

- **¿Qué deben cumplir todas las organizaciones de Comercio Justo para poder ser consideradas como tal?:**

→ La Carta Internacional de principios de Comercio Justo.

- **¿Cuál de estas 3 afirmaciones refleja de manera más correcta al movimiento del Comercio Justo?**

Respuesta número 3.

TEMA 2.

COMERCIALIZACIÓN: EL PROCESO DEL COMERCIO JUSTO

CONTENIDOS:

- El proceso del Comercio Justo.
 - La producción.
 - La distribución.
 - La venta.
- Los productos de Comercio Justo.
- ¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?
Certificaciones y avales.

EN ESTE TEMA VAS A CONOCER EL PROCESO QUE SIGUE UN PRODUCTO DE COMERCIO JUSTO DESDE SU ORIGEN HASTA QUE LLEGA A LA TIENDA Y LAS ORGANIZACIONES QUE INTERVIENEN EN EL MISMO. TAMBIÉN ABORDAREMOS UN ASPECTO CLAVE: CÓMO DISTINGUIR UN PRODUCTO DE COMERCIO JUSTO.

→ COMERCIALIZACIÓN: EL PROCESO DEL COMERCIO JUSTO

El proceso del Comercio Justo

Este es el esquema básico del proceso del Comercio Justo, desde la producción hasta su venta final:



La producción

Las organizaciones productoras son las protagonistas del Comercio Justo, son la razón de ser de este movimiento que tiene como uno de sus fines el desarrollo de las mismas y de sus comunidades.

Una característica esencial de las organizaciones productoras de Comercio Justo es su adhesión a la **Carta Internacional del Comercio Justo, por la cual deben garantizar el cumplimiento de los 10 principios** establecidos a nivel internacional. Más adelante, en este mismo tema, veremos cómo se garantiza el cumplimiento de los 10 principios y quién lo hace.

¿Cuántas organizaciones productoras de Comercio Justo existen?

Actualmente, existen **más de 2.000 organizaciones productoras** repartidas en 75 países de África, Asia, América Latina y el Caribe, que agrupan a más de 2 millones de personas.

De ese total, alrededor de 250 son organizaciones artesanas, situadas en su mayor parte en África y Asia (un 75% de ellas) y formadas mayoritariamente por mujeres.

En alimentación y materias primas, existen 1.210 organizaciones bajo la certificación de Comercio Justo Fairtrade International, a las que hay que añadir más de 300 bajo otros sistemas de certificación.

En el caso de Fairtrade International, este sistema beneficia a más de un millón y medio de trabajadores/as y campesinos/as, de los que más de un 60% se encuentran en África y Oriente Medio.

Puedes conocer a las organizaciones productoras que abastecen al mercado de nuestro país *aquí*.

QUIZÁ TE PREGUNTES...

¿HAY ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE COMERCIO JUSTO EN ESPAÑA O EUROPA?

Hasta hace poco tiempo, las organizaciones productoras de Comercio Justo estaban únicamente en regiones desfavorecidas de América Latina, África o Asia. En el 2019, la Organización Mundial del Comercio Justo aprobó la posibilidad de incorporar a organizaciones productoras de países del Norte dentro de la red de Comercio Justo. Este cambio es muy reciente y está en proceso de desarrollo.



VIDEO:

CAFÉ, CACAO Y AZÚCAR. LA HISTORIA DE CEPICAFÉ (PERÚ)

<https://www.youtube.com/watch?v=0047xqHucJs> (3 minutos)

¿QUIÉN ES LA COOPERATIVA MANDUVIRÁ (PARAGUAY)?

<https://www.youtube.com/watch?v=l4UzVzq7h6k> (3 minutos)

CREATIVE HANDICRAFTS: HACIENDO DEL MUNDO UN LUGAR MENOS DESIGUAL

<https://www.youtube.com/watch?v=ajKXhXWPOBM> (28 minutos)

→ COMERCIALIZACIÓN: EL PROCESO DEL COMERCIO JUSTO

Los impactos del Comercio Justo

La razón de ser del Comercio Justo es lograr el desarrollo de las organizaciones productoras y sus comunidades. Los impactos que el Comercio Justo genera en las comunidades productoras han sido analizados en diversos estudios e investigaciones.

Estos son los principales beneficios identificados¹:

Impactos económicos

- **Aumento de los ingresos:** mayores y más estables; menor vulnerabilidad frente a la fluctuación de los precios básicos en los mercados internacionales sujetos a la especulación; mejores condiciones de vida; mayor seguridad y capacidad para invertir y planificar a medio y largo plazo.
- **Mejor conocimiento del mercado:** información sobre las demandas, preferencias y pautas de compra de las y los consumidores responsables; acceso a nuevos y más interesantes mercados, tanto internos como regionales e internacionales.
- **Acceso a servicios financieros:** mayor capacidad de las organizaciones productoras para negociar préstamos con instituciones financieras locales o internacionales y para obtener financiación en mejores condiciones.
- **Innovación y nuevas actividades complementarias generadoras de ingresos:** desarrollo de actividades de transformación alimentaria, mejora de herramientas y medios de producción, etc.



© Archivo CECEJ

**SUNIL CHITRAKAR,
ORGANIZACIÓN ARTESANA
MAHAGUTHI (NEPAL):**

*“El Comercio Justo
ha ayudado a miles de
personas a salir de la
pobreza”.*

“El Comercio Justo ha dejado de ser una iniciativa caritativa para convertirse en un negocio sostenible.

El Comercio Justo ha ayudado a miles de personas a salir de la pobreza y nosotros lo hemos visto en Nepal con las 20 organizaciones y las más de 40.000 personas que han conseguido un modo de vida sostenible gracias al Comercio Justo. Son familias que han salido de la pobreza y han conseguido ser independientes económicamente y valorados socialmente”.

Entrevista completa

1. <http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2012/10/Articulo-Impactos-CJ-en-Sur.pdf>

Impactos sociales

- **Servicios sociales:** mejoras en distintos ámbitos. Por ejemplo, en educación, construcción o reforma de infraestructuras, adquisición de equipamientos y suministros, becas y ayudas escolares, etc.; en el ámbito de la sanidad, construcción de centros de salud, mutuas, etc.
- **Desarrollo local:** financiación de proyectos comunitarios, tales como construcción de hornos, letrinas, carreteras, saneamiento o acceso a agua potable.
- **Igualdad de género:** empoderamiento de las mujeres, independencia y autonomía económica y personal, aumento de su participación en la sociedad, mejora de su rol familiar y social.

Impactos organizacionales y políticos

- **Refuerzo de aptitudes y competencias:** aumento de la calidad de los productos, conocimiento de los engranajes del mercado y del medio internacional.
- **Redes institucionales:** refuerzo de la capacidad de las organizaciones productoras de dialogar con los poderes públicos, de proponerles políticas e intervenciones de apoyo del sector; desarrollo de convenios con ONG y otros actores.
- **Legitimidad:** reconocimiento social por parte de los poderes públicos y de otros actores presentes en el mismo territorio y/o sector.
- **Gobernanza:** aplicación de los mismos criterios de transparencia, funcionamiento democrático, participación y no discriminación defendidos e impulsados por el Comercio Justo.



© Archivo CECJ

ADA GRISELDA ZARATE, COOPERATIVA AZUCARERA MANDUVIRÁ (PARAGUAY):

“Estamos haciendo una revolución dulce, ya que el Comercio Justo está beneficiando a muchas personas que han dejado de ser casi esclavos de monopolios para ser actores protagonistas y mejorar su calidad de vida.

El socio de nuestra cooperativa tiene la certeza de que cada semana recibe su paga por la producción. Pero además están todos los servicios que aporta la cooperativa como, por ejemplo, la asistencia técnica. Otro servicio fundamental son los créditos, la financiación de la producción y en condiciones favorables, ya que la banca convencional lleva mucha burocracia y es difícil que den el crédito a pequeños productores”.

Entrevista completa

→ COMERCIALIZACIÓN: EL PROCESO DEL COMERCIO JUSTO

Impactos ambientales

- **Apoyo técnico:** formación de las y los trabajadores en técnicas de producción sostenibles (gestión de la fertilidad agrícola, lucha contra la erosión, abandono de prácticas de quema a cielo abierto), mejoras en la calidad y acceso a certificaciones ecológicas para sus productos.
- **Gestión de recursos naturales:** preservación del agua, de las tierras y de la biodiversidad; fomento de la agricultura orgánica.

Además de los impactos señalados, el Comercio Justo genera también otros muchos **beneficios no tan tangibles**, como la autoestima, dignidad personal, etc. pero también muy importantes. Hablamos de ello **en este artículo**.



© Archivo CECJ

ANJALI TAPKIRE, ORGANIZACIÓN TEXTIL CREATIVE HANDICRAFTS (INDIA)

“Más allá de la estrategia comercial, lo que perseguimos es la autonomía de las mujeres”

“Las mujeres, cuando empiezan a trabajar, tienen el complejo de no valer nada y no saber hacer nada.

“No se consideran ni siquiera capaces de poder aprender a hacer este tipo de bordados o prendas. Hoy en día Creative está formado por 12 cooperativas, en cada una de las cuales trabajan unas 25 mujeres. Desde esa situación inicial que antes comentaba, ahora en cada cooperativa cuando llega un pedido, ellas mismas tienen la capacidad de planificar, de hacer el cálculo de costes, de cuánta tela hay que comprar, cuánto va a tardar, qué beneficio habrá por hacer esas prendas. Ese es el gran cambio”.

Entrevista completa



La distribución

Las organizaciones importadoras son quienes hacen la labor de intermediación entre las entidades productoras y las tiendas o puntos de venta finales. Las importadoras ejercen, por tanto, un destacado papel en la cadena de suministro y a la vez son importantes altavoces de los principios y criterios del Comercio Justo.

El trabajo de las importadoras se basa en los siguientes principios y prácticas:

Acuerdo mutuo: El precio de la producción se establece de común acuerdo entre ambas partes (organizaciones productoras e importadoras), según los criterios del Comercio Justo.

Relaciones comerciales a largo plazo: el compromiso de mantener relaciones comerciales a largo plazo entre las organizaciones importadoras y las productoras es otro pilar fundamental para la generación de confianza entre ambas partes y favorecer el desarrollo de éstas.

Prefinanciación: Las importadoras financian por adelantado una parte de la producción, lo que permite a las organizaciones productoras no recurrir a otros mecanismos de financiación, compartiendo de esta manera los riesgos ante, por ejemplo, la pérdida de la cosecha y evitando que las organizaciones tengan que endeudarse.

Asesoramiento: Las importadoras ofrecen asesoramiento y formación para la elaboración de artículos de calidad y el acceso a nuevos mercados.

Transporte y envasado: Transportan los productos a España, los envasan y los ponen a disposición de las tiendas de Comercio Justo y otros establecimientos interesados en distribuir dichos productos.

Elaboración de producto final: El precio de la producción se establece de común acuerdo entre ambas partes (organizaciones productoras e importadoras), según los criterios del Comercio Justo.

QUIZÁ TE ESTÉS PREGUNTANDO:

ENTONCES, ¿HAY INTERMEDIARIOS EN EL COMERCIO JUSTO?

Una idea errónea relativamente común es la de pensar que en el Comercio Justo no hay empresas intermediarias.

En el Comercio Justo hay intermediarios, pero menos que en el comercio convencional y se rigen por los principios del Comercio Justo, esto es, no buscan maximizar sus beneficios a costa de las organizaciones productoras. Sin intermediarios, la comercialización sería muy costosa para las organizaciones productoras, generaría un enorme volumen de transporte de mercancías con sus correspondientes implicaciones en el medio ambiente y en el precio final de los productos.

Importadoras de Comercio Justo en nuestro país

Actualmente hay 9 organizaciones importadoras de Comercio Justo que son miembros de la CECJ:

- Alternativa 3
- Equimercado
- Espanica
- Eticambio
- Ideas
- Fundación Isabel Martín
- Fundación Vicente Ferrer
- Oxfam Intermón
- Taller de Solidaridad

La venta

Los productos de Comercio Justo se pueden adquirir en las tiendas de Comercio Justo, establecimientos minoristas convencionales (herbolarios, tiendas de productos ecológicos...) y en supermercados y grandes superficies.

Para analizar las ventas y su evolución, la Coordinadora Estatal de Comercio Justo elaboramos cada año el informe del sector. Puedes consultarlos en la página web comerciojusto.org

QUIZÁ TE PREGUNTES...

HE ENCONTRADO EN EL SUPERMERCADO PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO PERO DE OTRAS MARCAS, ¿QUÉ DIFERENCIAS HAY CON LOS DE NUESTRA TIENDA?

En los supermercados puedes encontrar productos distribuidos por las importadoras de Comercio Justo. Estos son los mismos que están en las tiendas especializadas. La diferencia es que el margen de beneficio que corresponde al establecimiento queda en manos de la tienda/organización de Comercio Justo (y por tanto en una entidad sin ánimo de lucro que reinvierte sus ingresos en potenciar este movimiento) o en manos de la gran superficie.

En los supermercados también hay productos con sello de Comercio Justo, de marcas convencionales o de marca blanca. Son productos que cuentan con uno o más ingredientes de Comercio Justo, pero en los que el procesado, importación y distribución lo realizan empresas mayoristas convencionales.

Las ventas de Comercio Justo en España (datos de 2019)

138,5 millones de euros fue la facturación obtenida por los productos de Comercio Justo en España durante 2019, lo que supone un crecimiento espectacular, de 60 millones de euros, respecto al 2018. Con este aumento de las ventas, el consumo medio por habitante en productos de Comercio Justo ascendió a 2,92 euros en 2019, lo que supone el mayor incremento de este dato de los últimos años.

En 2019, la alimentación se consolida como la gran protagonista del Comercio Justo, con un 97% de las ventas. Y dentro de este sector, el cacao y los dulces se sitúan claramente como los productos estrella. El café, producto emblemático del Comercio Justo, a pesar de un incremento de más de 4,5 millones de euros, queda en un segundo puesto y pierde peso en el sector, generando un 17% de las ventas.

En cuanto a los espacios de compra, los supermercados se sitúan como el principal canal de comercialización de los productos de Comercio Justo, en el que se producen el 77,1% de las ventas. En segundo lugar, estaría el sector HORECA (hostelería, restauración y catering) y, en tercer lugar, el pequeño comercio (tiendas de Comercio Justo y otros establecimientos minoristas como herbolarios, tiendas de productos ecológicos, etc.) que generan el 6,9% de las ventas.

Descarga el informe completo aquí:
<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2020/10/Informe-Comercio-Justo-2019-def.pdf>

El valor añadido que ofrecen las tiendas de Comercio Justo

Aunque quienes deseen comprar productos de Comercio Justo pueden hacerlo en diferentes lugares, las tiendas especializadas aportan un importantísimo valor añadido. Por un lado, son los espacios donde se puede encontrar toda la gama de productos de Comercio Justo. Hay muchos de ellos que únicamente se comercializan en estas tiendas.

Las tiendas de Comercio Justo son el corazón de este movimiento.

Pero, además, las tiendas de Comercio Justo **son espacios donde se puede conocer la historia que hay detrás de cada uno de esos productos**, contribuyendo de esta forma a un acercamiento entre quienes los producen y quienes los consumen.

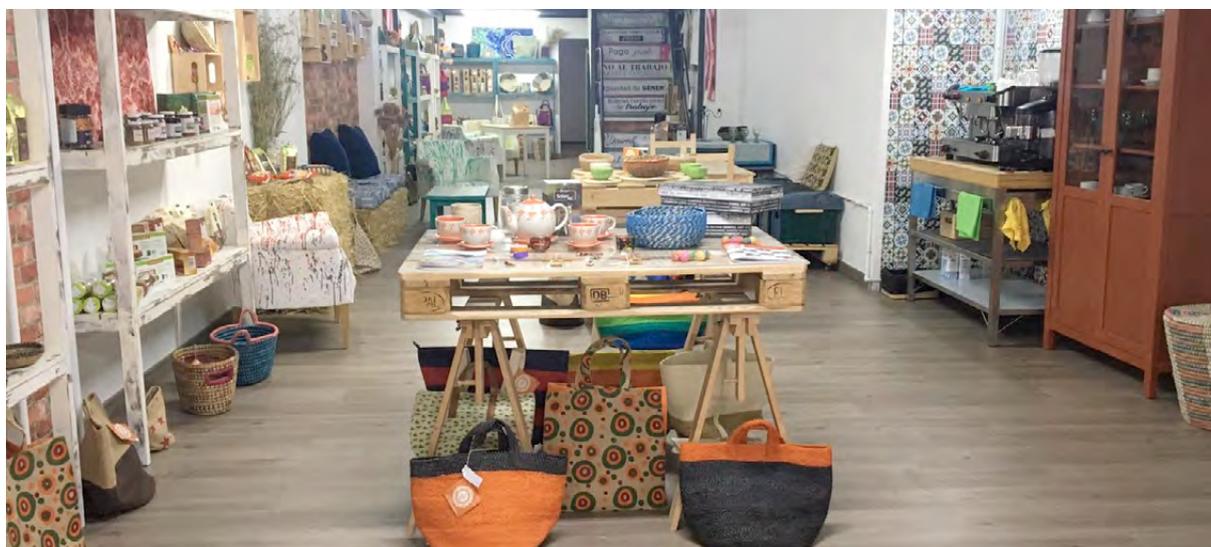
Por otro lado, a menudo las tiendas de Comercio Justo son lugares de expresión de todo un movimiento que trabaja por la justicia global. Es ahí donde se materializan las campañas, se recogen firmas, se realizan encuentros y debates, actividades de todo tipo y donde el movimiento de Comercio Justo se vincula con otros movimientos cercanos (redes vecinales, otras organizaciones de economía solidaria, grupos de consumo, etc.).

QUIZÁ TE
PREGUNTES...

¿SON MÁS CAROS LOS PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO?

*Esta es una de las **preguntas más frecuentes** relacionadas con el Comercio Justo.*

*Los productos de Comercio Justo no son más caros si los comparamos con artículos de su misma calidad del comercio convencional, dado que su calidad es muy alta y se trata de productos de producción ecológica. Por otro lado, la diferencia de precio en relación a otros artículos convencionales es la que **garantiza el cumplimiento de los 10 principios**: pago de un precio justo y estable a las entidades productoras (superior al fijado internacionalmente y que garantiza los costes de producción, incluidos salarios dignos, entre otros) igualdad salarial entre hombres y mujeres, no explotación infantil y producción sostenible.*



© Archivo CECJ

→ COMERCIALIZACIÓN: EL PROCESO DEL COMERCIO JUSTO

Las tiendas son, en definitiva, el nexo entre la ciudadanía y el movimiento, haciendo posible que el Comercio Justo siga vivo, creciendo y sumando en su parte comercial, pero sobre todo, en la activista. De esta forma, **las tiendas son el “corazón del movimiento del Comercio Justo”**, una referencia para una ciudadanía comprometida que, más allá de la compra, quiere también participar en un mundo más justo.

En todo el mundo hay **más de 4.000 tiendas**. En su mayor parte están atendidas por personal voluntario. En España hay **75 tiendas y 74 puntos de venta y 16 tiendas on-line, de Comercio Justo gestionadas por las organizaciones miembro de la CECJ** (datos de 2019).

Algunas cuestiones sobre las tiendas de Comercio Justo)

- Las tiendas de Comercio Justo, como cualquier otro establecimiento comercial, deben cumplir con la normativa y obligaciones establecidas por la legislación municipal, autonómica y estatal en materia de consumo.
- Las tiendas de Comercio Justo gestionadas por las organizaciones miembro de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo deben cumplir una serie de condiciones establecidas en el Sistema de Membresía de esta entidad. Entre otras, el 75% de sus productos debe contar con una certificación avalada de Comercio Justo.



© Archivo CECJ

Los productos de Comercio Justo

Existe una gran variedad de productos de Comercio Justo, que podemos agrupar en las siguientes familias:

- **Alimentación:** el café, chocolates, azúcar y productos dulces son los más vendidos y conocidos. Pero además hay otros productos de alimentación como infusiones, arroz, cereales, pasta, especias, miel, bebidas (zumos, refrescos, bebidas alcohólicas...), etc.
- **Higiene y cosmética natural:** jabón, gel, champú, crema y aceites hidratantes, protector solar, protector labial, desodorante...
- **Ropa**
- **Artículos textiles de hogar**
- **Menaje de hogar**
- **Juguetes y material infantil**
- **Artículos de decoración**
- **Bisutería**
- **Papelería artesanal**

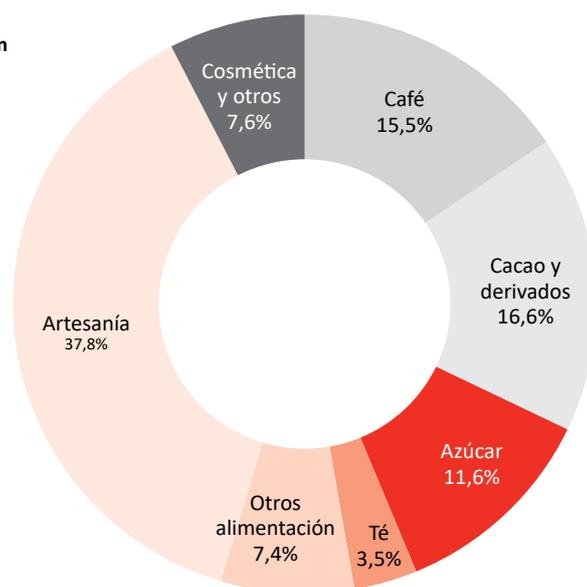


¿Qué es lo más vendido en las tiendas de Comercio Justo?

Aunque en el global del sector, el cacao, azúcar y café son los protagonistas indiscutibles, **en las tiendas de Comercio Justo hay una mayor variedad de productos vendidos.**

Aquí lo más vendido son los artículos de artesanía, que representan el 37,8% de las ventas.

Ventas en tiendas de Comercio Justo según producto, 2019 (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos aportados por las importadoras tradicionales de la CECJ.

¿Cómo saber que un producto es de Comercio Justo?

Certificaciones y avales

Este es uno de los aspectos del Comercio Justo que suele generar más dudas y preguntas. Se trata de un tema muy técnico, del que vamos a ofrecer la información esencial de la manera más clara y sencilla posible.

La Organización Mundial del Comercio Justo establece que los productos de Comercio Justo son aquellos que cuentan con alguno de estos dos avales de garantía:

1) Ha sido elaborado por alguna organización miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo:

Las organizaciones miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) deben pasar un sistema de acreditación en el que se evalúa el cumplimiento de los 10 principios internacionales del Comercio Justo. Este sistema de acreditación incluye una autoevaluación, una auditoría externa y evaluaciones por parte de otras organizaciones miembro. La membresía es revisada y monitorizada periódicamente.

Las organizaciones miembro de la WFTO incluyen en las etiquetas o envases de sus productos el sello acreditativo.



**WFTO MEMBER
GUARANTEED
FAIR TRADE**



Para saber más:

La decisión de desarrollar una etiqueta propia fue adoptada en la Asamblea de WFTO para responder a la demanda de contar con un sistema de reconocimiento que generara confianza en el mercado internacional. Una demanda en particular para las organizaciones artesanas cuyos productos, por su peculiaridad, no pueden entrar en las certificaciones existentes.

Artículo completo: *El sello que distingue a organizaciones de Comercio Justo.*

© Archivo CECI

2) Cuenta con alguna de las siguientes certificaciones avaladas por la Organización Mundial del Comercio Justo:

Los productos de Comercio Justo certificados llevan el sello correspondiente impreso en su envase o etiqueta. Como otros procesos de certificación, en el Comercio Justo para poder conseguir el sello correspondiente, las organizaciones productoras deben cumplir los estándares marcados por las entidades certificadoras. Dichos estándares garantizan el cumplimiento de los 10 principios de Comercio Justo. Su valoración se realiza mediante auditorías y otros sistemas de control que se realizan de manera periódica. Con la inclusión de los sellos de Comercio Justo en los productos, el público consumidor puede reconocer y distinguir los productos de Comercio Justo.



Las certificaciones avaladas por la Organización Mundial del Comercio Justo son:

- FAIRTRADE INTERNACIONAL
- SÍMBOLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES
- FAIR FOR LIFE
- NATURLAND FAIR

© Fairtrade International



Para saber más:

El sello Fairtrade fue la primera certificación de Comercio Justo. Con más de 25 años de historia, hoy es la más extendida a nivel internacional y también en nuestro país.

Artículo completo:

El sello pionero del Comercio Justo.



© Archivo CECJ

Para saber más:

El Símbolo de Pequeños Productores fue creado por y para las pequeñas organizaciones productoras ante la necesidad de identificarse y hacerse visibles en el mercado global y en particular en el mercado de Comercio Justo.

Artículo:

Mucho más que un sello de Comercio Justo.

QUIZÁ TE PREGUNTES...

¿QUÉ DIFERENCIAS HAY ENTRE LOS SELLOS DE COMERCIO JUSTO?

Todas las certificaciones avaladas por la Organización Mundial del Comercio Justo garantizan el cumplimiento de sus 10 principios, pero cada una de ellas tiene un enfoque, planteamiento, procedimientos o métodos de gobernanza diferentes.

Una visión global de los sellos de Comercio Justo

La Plataforma Francesa de Comercio Justo publicó, por primera vez en 2015, una **Guía Internacional de Sellos de Comercio Justo**¹, una publicación que analiza cada uno de los sellos de Comercio Justo de manera detallada (estándares, criterios, sistemas de evaluación, etc.) En 2019 realizó una actualización de dicha Guía. La versión en castellano ha sido editada por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo en el 2020.

AFIANZAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- Señala los principales beneficios que genera el Comercio Justo:

- Señala la respuesta correcta:

Para asegurarme de que un producto es de Comercio Justo...

1. Voy a comprarlo a una tienda de Comercio Justo.
2. Compruebo que la etiqueta o envase lleve alguno de los sellos avalados por la Organización Mundial del Comercio Justo (Fairtrade, SPP, Fair for Life, Naturland) o el de la propia WFTO.
3. Miro si en el envase o etiqueta pone "Comercio Justo".

1. https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/GUIA_INTERNACIONAL_DE_SELLOS_web.pdf

RESPUESTAS. AUTOEVALUACIÓN

- **Señala los principales beneficios que genera el Comercio Justo:**

- Beneficios económicos.
- Beneficios sociales.
- Beneficios organizacionales y políticos.
- Beneficios medioambientales.
- Beneficios de desarrollo humano.

- **Señala la respuesta correcta.**

Respuesta número 2.

NOTA ACLARATORIA: En las tiendas de Comercio Justo, gestionadas por organizaciones miembro de la CECJ, la mayoría de los productos que se distribuyen cuentan con certificación o aval de Comercio Justo. Sin embargo, en dichas tiendas puede haber una parte minoritaria de productos procedentes de la Economía Solidaria, o de iniciativas sociales, culturales o propias de la región o localidad, que no son artículos de Comercio Justo.



TEMA 3.

MUCHO MÁS QUE COMERCIO: LA IMPORTANCIA DE LA SENSIBILIZACIÓN

CONTENIDOS:

- La importancia de la sensibilización ciudadana.
- El Día Mundial del Comercio Justo.

CON ESTE TEMA QUEREMOS
DESTACAR LA IMPORTANCIA DE LA
SENSIBILIZACIÓN Y MOVILIZACIÓN
SOCIAL QUE LLEVA A CABO
EL COMERCIO JUSTO, UNA LÍNEA
DE ACCIÓN ESENCIAL QUE DA SENTIDO
A NUESTRO MOVIMIENTO

La importancia de la sensibilización ciudadana

El Comercio Justo, decíamos, no es solo compra y venta de productos. Para avanzar hacia la finalidad del Comercio Justo es necesario ahondar en la concienciación de la sociedad acerca de la pobreza y desigualdades globales, sus causas y sensibilizar sobre su capacidad de acción e influencia a través de las decisiones en el consumo, y también a través de su participación en iniciativas de denuncia o apoyo a decisiones políticas a favor de una mayor justicia global.

La sensibilización y movilización social es, sin duda, una de las tres “patas” sobre las que se asienta este movimiento.

Además de todo ello, el **principio número 9 de la Carta Internacional del Comercio Justo** se refiere de manera particular a la importancia de que las organizaciones trabajen **“para crear conciencia sobre los objetivos del Comercio Justo y la necesidad de una mayor justicia global”**.

La sensibilización y concienciación de la ciudadanía constituye uno de los principios esenciales del Comercio Justo.

Por otro lado, es importante destacar que en nuestro país gran parte de las iniciativas de las organizaciones de Comercio Justo se dirigen a la sensibilización de la ciudadanía. Esto supone una diferencia respecto a otros países europeos donde las campañas del movimiento del Comercio Justo se centran más bien en las empresas o administraciones públicas.

Las iniciativas que se desarrollan son muy variadas, y van dirigidas a distintos públicos: consumidores/as, jóvenes, estudiantes, infancia, profesorado, empresas, etc.

En este sentido, las líneas de trabajo más habituales que desarrollan las organizaciones de Comercio Justo son las siguientes:

- **Educación para el Desarrollo:** prácticamente todas las organizaciones de Comercio Justo trabajan en este ámbito. El trabajo en centros educativos y en educación no formal es una de las tareas esenciales. Por otro lado, el trabajo hacia otros públicos y en otros espacios es muy variado. Las organizaciones llevan a cabo actividades muy diversas: exposiciones, talleres lúdico-formativos, video-forum, charlas, rutas gastronómicas, etc.
- **Publicaciones:** la investigación y realización de informes y materiales divulgativos acerca de temas relacionados con el Comercio Justo es otra de las líneas de acción esenciales.
- **Comunicación:** el trabajo con medios de comunicación y la difusión de campañas y mensajes a través de redes sociales y de Internet es una de las vías esenciales para dar a conocer el Comercio Justo y movilizar a la ciudadanía.



QUIZÁ TE PREGUNTES...

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR MATERIALES PARA TRABAJAR EL COMERCIO JUSTO O EL CONSUMO RESPONSABLE CON NIÑOS/AS O JÓVENES?

*En el **centro de recursos** de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo puedes encontrar materiales didácticos y propuestas de actividades para desarrollar en el aula o en educación no formal relacionadas con el Comercio Justo, el consumo responsable, la desigualdad Norte/Sur, explotación laboral infantil, crisis climática, y otros temas relacionados.*

→ MUCHO MÁS QUE COMERCIO: LA IMPORTANCIA DE LA SENSIBILIZACIÓN



LECTURA RECOMENDADA:

CAPÍTULO 3 DEL INFORME “EL COMERCIO JUSTO EN ESPAÑA 2019:
Más allá de la comercialización: sensibilización, movilización social, denuncia e incidencia política.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/NFORME-CI-2019-capt3.pdf>

El Día Mundial del Comercio Justo

Al margen de las actividades y campañas realizadas por cada una de las organizaciones, la principal iniciativa de sensibilización y movilización social del movimiento de Comercio Justo a nivel global es el Día Mundial del Comercio Justo.

Se celebra el **segundo sábado de mayo**, en más de 70 países. Su finalidad es visibilizar la alternativa que supone el Comercio Justo y difundir las reivindicaciones de nuestro movimiento.

La celebración internacional está promovida por la Organización Mundial del Comercio Justo.

En nuestro país, la Coordinadora Estatal de Comercio Justo promueve esta celebración a la que se suman sus entidades miembro cada año bajo un lema y mensaje concretos. Bajo este paraguas, las organizaciones desarrollan todo tipo de iniciativas: actividades de calle, lúdicas, puestos informativos y de venta, conciertos, talleres, juegos infantiles, etc. Cada año, más de 50 localidades de nuestro país se unen a esta celebración internacional. Todo ello se completa con una campaña de difusión en medios de comunicación y redes sociales.

Eventos lúdicos, culturales y reivindicativos, puestos de venta o acciones en redes sociales protagonizan las celebraciones del Día Mundial del Comercio Justo.



Quiero estar al tanto de las iniciativas y campañas de Comercio Justo, y difundirlas en redes sociales, ¿a quién puedo seguir?

Si quieres estar al tanto de las noticias, acciones o campañas relacionadas con el Comercio Justo en nuestro país, puedes unirme a los perfiles de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo:

Facebook: <https://www.facebook.com/CEComercioJusto>

Twitter: <https://twitter.com/CEComercioJusto>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/CEComercio>

O Justo suscribirte a nuestro boletín electrónico **aquí**.

Tu labor en la difusión del Comercio Justo entre tus amistades, familia, ámbito laboral o educativo, es fundamental. Te animamos a seguirnos en las redes sociales y a dar a conocer el Comercio Justo a otras personas.

AFIANZAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- **La concienciación y sensibilización de la ciudadanía, ¿es un principio fundamental del Comercio Justo?**

1. Sí.
2. No.
3. No necesariamente.

- **¿Cuándo se celebra el Día Mundial del Comercio Justo?**
-

RESPUESTAS. AUTOEVALUACIÓN

- **La concienciación de la ciudadanía, ¿es un principio fundamental del Comercio Justo?**

Respuesta número 1.

La concienciación de la ciudadanía y promoción del Comercio Justo constituye el principio número 9 de la Carta Internacional del Comercio Justo.

- **¿Cuándo se celebra el Día Mundial del Comercio Justo?**

El segundo sábado de mayo.

TEMA 4.

INCIDENCIA POLÍTICA: CAMBIAR LAS LEYES PARA CAMBIAR EL MUNDO

CONTENIDOS:

→ Incidencia política para cambiar políticas y leyes injustas.

- Fair Trade Advocacy Office, la organización de incidencia política europea de Comercio Justo.
- Principales logros del movimiento del Comercio Justo.

→ Iniciativas actuales de incidencia política:

- Campaña Derechos para las Personas. Obligaciones para las multinacionales.
- Tratado Vinculante de Naciones Unidas sobre empresas y Derechos Humanos.
- La Compra Pública Ética.

EN ESTE TEMA VAMOS A PRESENTAROS EN QUÉ CONSISTEN LAS INICIATIVAS DE INCIDENCIA POLÍTICA DEL MOVIMIENTO DE COMERCIO JUSTO, SOBRE QUÉ TEMAS TRABAJAMOS, CÓMO Y CON QUIÉN LO LLEVAMOS A CABO Y LAS CAMPAÑAS EN LAS QUE ESTAMOS TRABAJANDO EN LA ACTUALIDAD.

Incidencia política para cambiar leyes y modelos comerciales injustos

La incidencia política es la tercera de las áreas de acción que completa la actuación del Comercio Justo. Es un pilar necesario ya que la finalidad del Comercio Justo es cambiar las reglas injustas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundiales.

El objetivo del Comercio Justo no es solo generar una alternativa comercial sino lograr que el comercio internacional sea justo y sostenible.

Así expresado, esto constituye una utopía. Pero hay aspectos concretos en los que sí se puede incidir, de hecho, el movimiento del Comercio Justo ha conseguido que se avance en cambios legislativos y ha logrado apoyos institucionales.

El trabajo de incidencia política de manera más formal comenzó en 1999 cuando el movimiento del Comercio Justo envió representantes a las reuniones ministeriales de la Organización Mundial del Comercio. Además, se iniciaron las gestiones para formalizar lo que más tarde sería la Fair Trade Advocacy Office, con el fin de influir en las decisiones políticas del ámbito europeo.

Las campañas de incidencia están dirigidas, por un lado, a **denunciar las políticas económicas que priorizan los beneficios y actuaciones de las multinacionales** por delante de los derechos de las personas y del medioambiente. Y, por otro lado, también van dirigidas a promover acciones concretas hacia un mundo más justo y solidario. Dependiendo del objetivo, estas campañas o acciones pueden ir destinadas a instituciones y organismos internacionales, gobiernos, partidos políticos, administraciones públicas, empresas u organizaciones civiles, siempre con el denominador común de impulsar la participación ciudadana para lograr sus objetivos. En muchos casos, para desarrollar estas iniciativas, el movimiento de Comercio Justo va de la mano de otros movimientos (sociales, ecologistas, etc.) y de campañas internacionales con el fin de lograr una mayor influencia.

Fair Trade Advocacy Office, la organización de incidencia política del Comercio Justo

La organización de Comercio Justo más significativa de incidencia política es la **Fair Trade Advocacy Office (FTAO)**, cuya sede está en Bruselas. Esta entidad es una propuesta conjunta de Fairtrade International, la Organización Mundial del Comercio Justo y su red europea. Coordina el trabajo de incidencia política a nivel europeo.

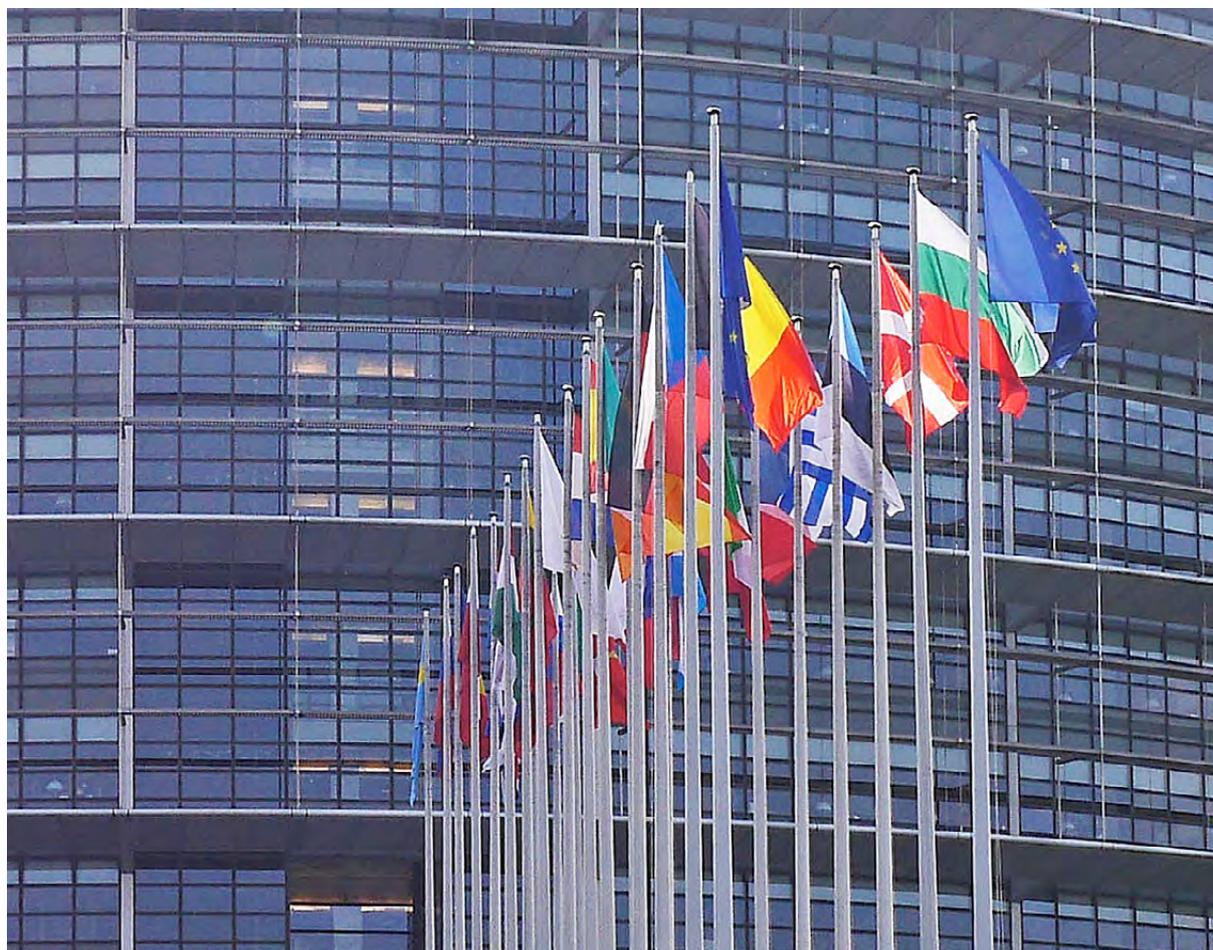
Establecida en el 2004, **su misión es alzar la voz por el Comercio Justo y una mayor justicia comercial internacional** con el objetivo de mejorar los medios de vida de las organizaciones productoras y la clase trabajadora desfavorecida del Sur.

Su finalidad última es favorecer un mundo en el que la justicia y el desarrollo sostenible estén en el centro de las estructuras y prácticas comerciales para que todos y todas, a través de su trabajo, puedan mantener un sustento decente y digno y desarrollar todo su potencial humano.



FTAO interviene en un debate de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Como tareas concretas realiza un seguimiento de las políticas de la Unión Europea que pueden afectar al Comercio Justo y a las relaciones comerciales en general; mantiene contacto con europarlamentarios/as y propone iniciativas para promover una mayor justicia comercial.



Principales logros del movimiento del Comercio Justo

El Comercio Justo ha obtenido importantes avances en su trabajo de incidencia política¹. Entre los más importantes a nivel europeo destacan la resolución **del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo** en 2006 y la solicitud que dicha institución hizo en 2010 a la Comisión Europea para que ésta apoye la compra pública de productos de Comercio Justo. En 2011 el Parlamento Europeo ratificó su apoyo a través de la petición de medidas que favorezcan esta forma alternativa de comercio.

En 2014, el Parlamento Europeo y el Consejo aprobaron la **nueva Directiva relativa a la contratación pública**, en la que se establecía que las administraciones públicas podían priorizar los aspectos sociales y

medioambientales en sus respectivas licitaciones. Los Estados miembro tienen dos años de plazo para incorporar esta Directiva en su legislación. Esta **Directiva** facilita que las administraciones en sus contratos públicos puedan considerar de manera positiva criterios sociales y medioambientales y en concreto, el Comercio Justo. España traspuso esta directiva mediante la Ley de Contratos del Sector Público de 2017 donde se incorpora la inclusión de las cláusulas sociales y medioambientales en los contratos que celebren las administraciones y organismos públicos.

1. <https://comerciojusto.org/publicacion/apoyos-institucionales-al-comercio-justo/>

Iniciativas actuales de incidencia política

Actualmente el movimiento de Comercio Justo está trabajando en los siguientes temas y participa en varias campañas con la finalidad de avanzar hacia cambios en la regulación y prácticas del comercio internacional y desarrollos legislativos que contribuyan a una mayor justicia económica y comercial global:

Campaña “Derechos para las personas. Obligaciones para las multinacionales”

Campaña formada por organizaciones de la sociedad civil, partidos políticos, sindicatos, asociaciones profesionales y entidades de diverso tipo, así como personas a título individual, con presencia en más de

2000 localidades europeas. La Coordinadora Estatal de Comercio Justo es una de las entidades que forma parte de esta campaña. Su finalidad es reclamar una política económica y comercial que sirva para el interés público y actúe en favor de un futuro común, que anteponga los derechos humanos y la protección del medio ambiente frente a los intereses económicos de las empresas multinacionales.

La campaña hace especial hincapié en los acuerdos comerciales de la Unión Europea con terceros países, y otras medidas económicas de ámbito internacional. También denuncia la violación de los derechos humanos y el deterioro medioambiental de las empresas multinacionales, así como su poder e impunidad.

Aquí puedes leer el manifiesto de la campaña titulado “Otro comercio es necesario”.



VIDEO:

DERECHOS PARA LAS PERSONAS. OBLIGACIONES PARA LAS MULTINACIONALES.
<https://www.youtube.com/watch?v=CjWMBXBdEdM>

Tratado Vinculante de Naciones Unidas sobre empresas y Derechos Humanos

El Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas actualmente está elaborando un Tratado sobre empresas en materia de Derechos Humanos, de manera que las actuaciones de las empresas multinacionales garanticen el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente a lo largo de toda la cadena de producción, en cualquier país. Este tratado sería vinculante jurídicamente. Cada año en el mes de octubre en Ginebra se celebran rondas de negociaciones de dicho tratado.

Asimismo alerta de que este tratado debe servir realmente para evitar la impunidad de las empresas multinacionales ante su mala *praxis*, y esto se garantizaría permitiendo a las comunidades o colectivos afectados el acceso a la justicia en un tribunal internacional o nacional.

Actualmente en nuestro país estamos desarrollando distintas iniciativas para pedir el desarrollo de una ley estatal que obligue a las empresas a respetar los derechos humanos y el medio ambiente dentro y fuera de nuestras fronteras.

Lo que solicitamos es una ley similar a la aprobada en Francia. En 2017, tras un proceso liderado por organizaciones y movimientos sociales, el parlamento francés aprobó la llamada ley “de diligencia debida” que obliga a las empresas con sede en este país a garantizar el cumplimiento de los derechos humanos y la protección del medio ambiente a lo largo de toda la cadena de fabricación, aunque ésta se desarrolle en otros países.



Compra Pública Ética

La llamada “Compra Pública Ética” supone aplicar criterios sociales y ambientales -y no solo los económicos- en las compras y licitaciones de las administraciones públicas. La compra pública ética es, por tanto, un instrumento fundamental mediante el cual las administraciones públicas asumen su papel ejemplarizante ante la ciudadanía en su apuesta por un modelo comercial más justo y equitativo. Es, también, un instrumento de coherencia entre las finalidades sociales y ambientales de las administraciones y sus prácticas.

Por otro lado, exigir a las administraciones públicas que en sus compras tengan en cuenta el respeto a los derechos laborales básicos en la fabricación de productos textiles procedentes de países en vías de desarrollo o exigir que se hayan comercializado bajo los principios del Comercio Justo representa una oportunidad de incorporar la política de cooperación al desarrollo en los procesos de contratación, completándola y respondiendo a los fines que se persiguen en este ámbito.

Actualmente, la nueva **Ley de Contratos del Sector Público aprobada en 2017**, que supone la transposición de la Directiva europea de 2014 constituye una oportunidad y un importante paso adelante en este sentido, ya que avala la priorización de productos elaborados en condiciones justas y ecológicas frente a otros convencionales.

AFIANZAMOS LO APRENDIDO. AUTOEVALUACIÓN

- **Las campañas e iniciativas de incidencia van dirigidas a:**
 1. Instituciones y organismos internacionales.
 2. Representantes políticos, gobiernos e instituciones internacionales.
 3. Multinacionales y grandes empresas.
 4. Ciudadanía y organizaciones sociales.
 5. Todas las respuestas anteriores son válidas, en función de los objetivos de la campaña o iniciativa.
- **El movimiento de Comercio Justo ha realizado acciones de incidencia política. Pero, ¿han logrado cambios o avances?**
 1. Sí
 2. No. Es imposible conseguir cambios políticos en materia de comercio internacional.

RESPUESTAS. AUTOEVALUACIÓN

- **Las campañas e iniciativas de incidencia van dirigidas a:**

Respuesta número 5
- **El movimiento de Comercio Justo ha realizado acciones de incidencia política, pero ¿han logrado cambios o avances?**

Respuesta número 1.

El movimiento del Comercio Justo ha conseguido reconocimientos políticos y avances en aspectos legislativos concretos.

PARA SABER MÁS...

CONTENIDOS:

- El Comercio Justo y la igualdad de género.
- El Comercio Justo y la explotación laboral infantil.
- El Comercio Justo y la crisis climática.

EN ESTE TEMA, TE INVITAMOS A PROFUNDIZAR EN LA CONTRIBUCIÓN DEL COMERCIO JUSTO A IMPORTANTES DESAFÍOS ACTUALES.

El Comercio Justo y la igualdad de género

Uno de los principios fundamentales del Comercio Justo es el fomento de la igualdad de género, definido en su principio número 6 de la Carta Internacional.



El Comercio Justo favorece la igualdad de género a través de las medidas concretas que todas las organizaciones deben cumplir para hacer efectivo este principio:

- Reconocer y promover el **pleno derecho** de la mujer al empleo.
- Disponer de un **plan definido** para promover la igualdad de género.
- Asegurar la **misma remuneración** a hombres y mujeres por el mismo trabajo.
- Favorecer la **presencia de mujeres en los equipos directivos**.
- **Formación profesional y técnica** para mujeres y hombres que favorezca el desarrollo de sus capacidades.
- **Participación de las mujeres en las decisiones** de su organización.

Además, muchas organizaciones de Comercio Justo desarrollan medidas complementarias: prestaciones específicas, fomento de la educación de las hijas e hijos (becas, escuelas, transporte...), talleres sobre igualdad y derechos de las mujeres, iniciativas para evitar la violencia de género, etc.



© Fairtrade International

→ PARA SABER MÁS

Estos principios, recogidos en el estándar que todas las organizaciones de Comercio Justo deben cumplir, garantizan que las agricultoras, trabajadoras y productoras tengan las mismas oportunidades que los hombres para participar en la fuerza laboral, y que, en todos los casos, reciban el mismo salario por el mismo trabajo.

Además, las entidades de Comercio Justo deben tener una política y un plan definidos para promover la igualdad de género que garantice que tanto ellas como ellos puedan acceder a los recursos que necesiten y tengan la capacidad de influir en un entorno más amplio en materia de políticas e instituciones.

Asimismo, en las propias organizaciones de Comercio Justo se fomenta que las mujeres asuman posiciones de liderazgo en la estructura de gobierno. Además, la entidad se compromete a garantizar que las mujeres reciban todas las prestaciones correspondientes y se deben tener en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y en período de lactancia.

En este sentido, y como complemento a la Carta Internacional, la Organización Mundial del Comercio Justo publicó una Política de Género, que obliga a las entidades a tomar medidas concretas para garantizar la igualdad de género.



LECTURAS RECOMENDADAS:

CUADERNO DE COMERCIO JUSTO Nº 9:

Modelos de actividad comercial que empoderan a las mujeres.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/03/CUADERNO-9-FINAL.pdf>

CUADERNO DE COMERCIO JUSTO Nº 10:

Igualdad de género y derechos de las mujeres en el ámbito laboral.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/03/CUADERNO-10-FINAL.pdf>

El Comercio Justo y el trabajo infantil

El trabajo infantil es una realidad compleja con múltiples causas. La principal es la pobreza, pero no es la única. Factores políticos, sociales, culturales y/o ambientales también influyen.



En este aspecto, es muy importante diferenciar entre trabajo infantil y explotación laboral infantil, ya que no son expresiones sinónimas.

El trabajo infantil hace referencia a actividades no necesariamente negativas para los y las menores. Supone la participación de los niños, niñas o adolescentes en trabajos que no atentan contra su salud y su desarrollo personal ni interfieren con su escolarización, como puede ser la ayuda en el hogar, colaboración en un negocio familiar o las tareas que realizan fuera del horario escolar o durante las vacaciones para ganar dinero de bolsillo.

La **explotación laboral infantil se produce cuando el trabajo se desarrolla en condiciones abusivas, peligrosas y nocivas**, que afectan al desarrollo físico, mental, social o espiritual de los niños y las niñas.



→ PARA SABER MÁS

El principio número 5 del Comercio Justo hace referencia a la explotación laboral infantil y garantiza que ningún menor realice tareas que interfieran en su educación, dañen su salud o afecten a su bienestar. Todas las organizaciones de Comercio Justo deben estar adheridas a la Convención de Naciones Unidas de Derechos de la Infancia.

El Comercio Justo, por tanto, no prohíbe el trabajo infantil ya que considera que la colaboración de menores en determinadas actividades puede ser beneficioso para su familia, pero siempre es necesario que:

- La participación de los y las menores en determinadas tareas sea informada y monitoreada.
- Se cumpla la legislación internacional sobre derechos de la infancia.
- En ningún caso se permite su participación en trabajos peligrosos.
- Debe tener establecida una duración determinada.
- No interfiera en su educación.
- Les deje suficiente tiempo libre y de juego.



LECTURA RECOMENDADA:

PONENCIA SOBRE EXPLOTACIÓN LABORAL INFANTIL, realizada en junio de 2015 en el Senado por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo.
<https://miembros.comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/06/trab-infantil1.pdf>



El Comercio Justo y el cambio climático

El principio número 10 del Comercio Justo hace referencia a la protección del medio ambiente y a las prácticas que las organizaciones deben cumplir. Entre otras, las siguientes:

- Producción sostenible.
- Técnicas que minimicen el consumo de energía.
- Uso de abonos y plaguicidas orgánicos.
- Reducción de residuos.
- Protección del entorno en el proceso de producción.
- Envío de los productos por mar, preferentemente.



Pero, además, el movimiento del Comercio Justo defiende y demanda la necesidad de cambios en el modelo comercial y agrícola global de manera que sea más sostenible, coherente con el entorno y más justo.

En este sentido, el movimiento del Comercio Justo alerta de que el modelo de producción a gran escala, desarrollado por la industria alimentaria convencional, basado en grandes extensiones de monocultivo y la maximización de rendimientos a corto plazo provoca deforestación, desertificación, erosión de los suelos y pérdida de la biodiversidad de flora y fauna. Además, en el plano humano y social, este modelo acrecienta la inestabilidad y explotación laboral, la pobreza y la desigualdad.

Por todo ello y ante la grave crisis climática que especialmente afecta a las comunidades rurales que viven de la agricultura, la Organización Mundial del Comercio Justo presentó sus demandas en la Cumbre del Clima celebrada en diciembre de 2019 en Madrid¹.

Principalmente el movimiento del Comercio Justo demanda la necesidad de que los agricultores y agricultoras a pequeña escala formen parte de la solución a la crisis climática y se les tenga en cuenta como partes interesadas a la hora de elaborar las políticas nacionales e internacionales de acción climática. Los agricultores y agricultoras a pequeña escala no sólo son los más afectados y vulnerables al cambio climático, sino que también son quienes tienen los conocimientos y experiencia tradicionales en agricultura. Sus aportaciones y propuestas deben ser escuchadas.

1. <https://comerciojusto.org/el-movimiento-del-comercio-justo-defiende-que-es-posible-aplicar-un-modelo-agricola-y-comercial-que-cuide-a-las-personas-y-el-medio-ambiente/>

→ PARA SABER MÁS



© Archivo CECJ

Juan José Martínez, presidente de la sección europea de la Organización Mundial del Comercio Justo, expuso las demandas del movimiento del Comercio Justo en la COP-25.

Por su parte, las organizaciones productoras desarrollan proyectos para combatir las consecuencias de la crisis climática: proyectos de recuperación de suelos, de generación de compost orgánico a partir

de los residuos generados por el procesado posterior, de fomento de la biodiversidad o medidas para el uso eficiente e igualitario del agua, son algunos de los ejemplos.



LECTURA RECOMENDADA:

INFORME EL COMERCIO JUSTO LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO.

<https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2016/05/cambioclimatico.pdf>



C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid
91 299 38 60
www.comerciojusto.org