

Presentación

Mercedes García de Vinuesa
 Presidenta de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo

Estimado lector/a, consumidor/a responsable de Comercio Justo,

Un año más te damos la bienvenida a una nueva edición del informe *El Comercio Justo en España*, la publicación de referencia de este movimiento en nuestro país, editada por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) gracias al esfuerzo de numerosas personas. Estas páginas no serían posibles sin el apoyo financiero y la confianza que nos brinda la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), sin la información que nos suministran nuestras organizaciones miembro y Fairtrade Ibérica, y sin la dedicación de quienes han participado en su elaboración. Nuestro más sincero agradecimiento y nuestro deseo de que esta colaboración se mantenga y estreche en el futuro.

Trabajar por la justicia social, comercial y medioambiental, poniendo el acento en los derechos de las y los pequeños productores del Sur Global, no resulta evidente en los tiempos actuales. Por un lado, es cierto que los impactos de la crisis han desvelado a mucha gente la verdadera naturaleza de un sistema económico que antepone los beneficios de una minoría a los derechos de la mayoría. Pero, por otro lado, estos mismos impactos están generando repliegues nacionales para intentar defenderse de un problema que se identifica como global. Son recurrentes los argumentos falaces e interesados que buscan enfrentar a consumidores contra productores, o a productores extranjeros, incluidos los del Sur, contra los autóctonos. Pero, ¿acaso no comparten ambos la misma desdicha, los mismos impactos, aunque en diferente grado de intensidad, de un mismo modelo de producción, comercio y consumo?

La pobreza, la riqueza y las desigualdades se hacen globales. Los centros, las periferias, los “nortes” y los “sures” se multiplican y expanden por todo el mundo. Hoy la única frontera que nos vale para interpretar y actuar sobre el mundo es la que conforma el eje justicia-injusticia. Es por ello que desde la CECJ hace años que trabajamos por impulsar alianzas a escala estatal e internacional con actores de dentro y fuera del Comercio Justo con los que compartimos horizonte, principios y sed de justicia.

Durante 2013 cobró especial importancia la esfera europea. La capacidad de la Unión Europea para condicionar, positiva o negativamente, la vida de millones de personas a través de sus decisiones políticas la

convierte en un campo de actuación fundamental. La inminencia de las elecciones al Parlamento Europeo que habrían de celebrarse en mayo de 2014 motivó que diferentes organizaciones de Comercio Justo de todo el continente reforzásemos el trabajo en red a escala europea, con la mirada puesta en la sensibilización ciudadana y la incidencia política. Así nació la campaña *Vote for Fair Trade* (Vota Comercio Justo), aún en marcha hoy en día, en el marco de la cual la CECJ ha realizado varias actividades y materiales. La temática de esta publicación es en gran medida heredera de esta ventana de oportunidad y de esta doble apuesta por la escala europea y por el trabajo en red.

De esta forma, dos de los tres capítulos de este informe abordan esta temática. El segundo capítulo ilustra algunos de los múltiples impactos que provoca el comercio europeo sobre productores en América Latina, África, Asia y Europa, así como en quienes consumen lo que estos producen. El tercer capítulo presenta varias propuestas encaminadas a mejorar los niveles de justicia comercial de la Unión Europea. Para ello, se pone el foco en la actividad dentro y fuera de las fronteras comunitarias de las instituciones europeas y de las empresas transnacionales que tienen su sede en alguno de sus Estados miembro.

Decisiones tan concretas y factibles como que la Unión Europea privilegiase un enfoque de desarrollo y derechos en sus negociaciones comerciales con los países del Sur o que penalizase las violaciones de los derechos humanos que comenten las empresas transnacionales que venden sus productos en el mercado europeo tendrían un impacto fundamental sobre la justicia comercial en todo el mundo. Porque no nos cansaremos de repetirlo: el Comercio Justo es mucho más que vender productos elaborados en condiciones justas y sostenibles. Es también y sobre todo una apuesta global por otra forma de producir, comerciar y consumir, colocando a las personas y al planeta en el centro de la actividad económica.

Es dentro de esta apuesta por la justicia comercial donde se inserta la comercialización de productos. Y a ello dedicamos el primer capítulo, especialmente el informe de ventas que actualiza la evolución reciente, coyuntura y desafíos del Comercio Justo en el Estado español con los datos de facturación en 2013 para todo el sector. Un año que nos arroja unos resultados en gran medida continuistas, muestra del carácter inacabado de la gran transformación que está viviendo el Comercio Justo desde hace un lustro. Siguen creciendo las ventas y diversificándose la oferta y la demanda: nuevos productos, nuevos canales de venta, nuevos perfiles de consumidores y organizaciones distribuidoras que conllevan nuevos desafíos, mayor pluralidad y un impacto interno desigual. Los matices, luces y sombras de estos cambios tienen implicaciones cuantitativas y cualitativas que debemos seguir muy de cerca durante el próximo periodo. Desde la CECJ, seguiremos apostando por el carácter asociativo del Comercio Justo, por el papel que juegan las importadoras y las tiendas especializadas, por la necesidad de complementar comercialización con sensibilización e incidencia. En definitiva, por la naturaleza transformadora del consumo responsable y consciente de Comercio Justo cuando se conjuga en plural y de forma articulada con otras iniciativas y reivindicaciones. Porque estamos convencidos de que otro mundo y otra Europa son posibles, pero para ello otro comercio es urgente y necesario. Esperamos poder contribuir modesta pero decididamente a seguir avanzando en esa dirección.

¡Buena lectura!