

preguntas y respuestas sobre

Comercio Justo



Setem

diciembre 1999



En la misma colección:

*"reflexiones sobre Comercio Justo
un nuevo motor de desarrollo". Marzo 1999*

© Setem

Setem es una ONG que promueve la solidaridad internacional mediante la educación para el desarrollo, la sensibilización y el Comercio Justo.

Setem

Gaztambide 50. 28015 Madrid. Tfn.: 91 549 91 28 - Fax: 91 549 95 72
e-mail: setem@eurosur.org

Página web de la Federación Setem: www.setem.org

Edita: Setem

Adaptación de textos, diseño y maquetación: *punto&coma.*
Basado en un informe de Miguel Vilaplana

Ilustraciones: Jvlivs

Depósito legal:

Impresión: EPES Industrias Gráficas S.L.

Se autoriza la reproducción total o parcial citando procedencia.

Impreso en papel 100% reciclado

Diciembre 1999

Comercio Justo ¿Por qué?

En un día cualquiera pasan por nuestras manos productos procedentes de los rincones más dispares del planeta. Los artículos más cotidianos pueden haber recorrido miles de kilómetros hasta llegar a nosotros. El creciente auge de las comunicaciones y el abaratamiento de los transportes parecen haber acortado las distancias. Nos hemos acostumbrado a ello, es una de las consecuencias de los **vertiginosos cambios** que parecen convertir al mundo en una *aldea global*.

En apariencia todos formamos parte de un gran mercado, pero los beneficios de este creciente comercio mundial no llegan a todos por igual. **La libre competencia no lo es tanto**, porque no todos estamos situados en la misma línea de salida.

Destacadas en primer lugar están las **empresas multinacionales**, que van aumentando sus beneficios económicos y su poder. Casi a diario nos enteramos de una nueva fusión de grandes empresas. Un día es el sector del automóvil, otro el farmacéutico, al siguiente son dos grandes cadenas de supermercados las que se fusionan. Se cuentan con los dedos de la mano las empresas que controlan el mercado para cada producto o actividad comercial. De hecho, **la mayor parte del comercio mundial está en sus manos**.



En la actualidad **las grandes multinacionales acaparan más poder económico y financiero que muchos gobiernos**; su influencia es decisiva en los acuerdos internacionales donde se marcan las reglas del juego para el comercio mundial, controlan precios y **dejan fuera a pequeños productores**.

Un ejemplo: en un buen número de **países del Sur**, los ingresos de millones de familias, formadas por campesinos o por pequeños productores, dependen de la **exportación de materias primas** como el algodón, el café o el cacao; pero es en los despachos de las grandes empresas o en las bolsas de Nueva York y Londres donde se deciden los precios que se pagan a los productores. **¿Con qué criterio?** Obtener el máximo beneficio económico a corto plazo. **¿A qué precio?** La creciente marginación de campesinos y pequeños productores, la explotación laboral, el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, la pérdida de diversidad biológica...

Esta concentración de poder **también se deja sentir en el Norte:** marcha atrás en las condiciones de trabajo, inestabilidad laboral, contratos *basura*, aumento de la marginación...

En este contexto cobra auge el movimiento de **Comercio Justo**, una iniciativa en la que el comercio y la producción están al servicio de las personas. Aunque hoy en día es una actividad todavía minoritaria en el conjunto del comercio internacional, su mayor fuerza radica en demostrar que **el beneficio económico, los derechos de trabajadores y trabajadoras y el respeto por el medio ambiente, pueden ir de la mano**.

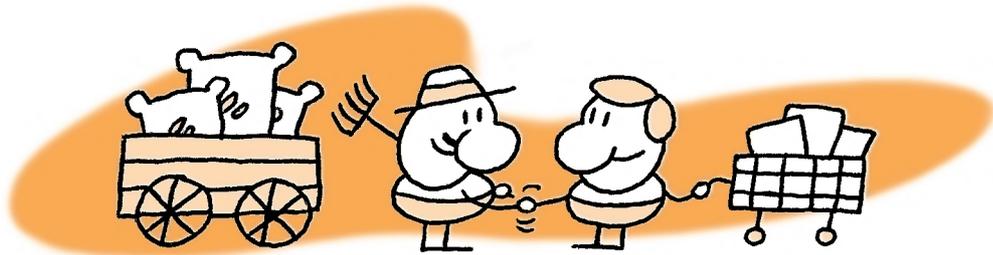
El Comercio Justo es todavía poco conocido en nuestro país, donde no ha alcanzado el nivel de implantación que tiene desde hace años en otros países europeos. Por eso, con el objetivo de contribuir a su difusión y dar respuesta a las **cuestiones más habituales que nos plantean aquellas personas que se acercan a las tiendas de Comercio Justo**, en Setem hemos elaborado la publicación que tienes en tus manos.

Cambiar las reglas que rigen el comercio internacional requiere el esfuerzo de todos. Un esfuerzo al que te animamos a sumarte.

1. ¿Qué es el Comercio Justo?

El Comercio Justo es **una alternativa al comercio tradicional**. Frente a los criterios meramente económicos de este último, tiene en cuenta, además, **valores éticos** que abarcan aspectos tanto sociales como ecológicos. Así:

- campesinos y pequeños productores de zonas empobrecidas encuentran un cauce para vivir dignamente de su trabajo
- los consumidores obtienen productos de calidad, con la garantía de que se han respetado los derechos de los trabajadores y el medio ambiente
- se recupera el vínculo entre productor y consumidor
- se demuestra que es posible hacer compatibles los criterios económicos con los sociales y ecológicos



2. ¿Qué condiciones debe cumplir?

En la relación con campesinos y productores:

- se les garantiza un salario justo por su trabajo
- los productores deben destinar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, formación laboral, etc.

preguntas y respuestas  sobre Comercio Justo

- se establece una relación a largo plazo y se garantiza una parte del pago de los productos por adelantado; ambas condiciones favorecen que las comunidades puedan planificar su desarrollo
- se evita la explotación infantil
- se promueve:
 - la participación en la toma de decisiones y el funcionamiento democrático
 - la igualdad entre mujeres y hombres
 - la protección del medio ambiente



Un poco de historia

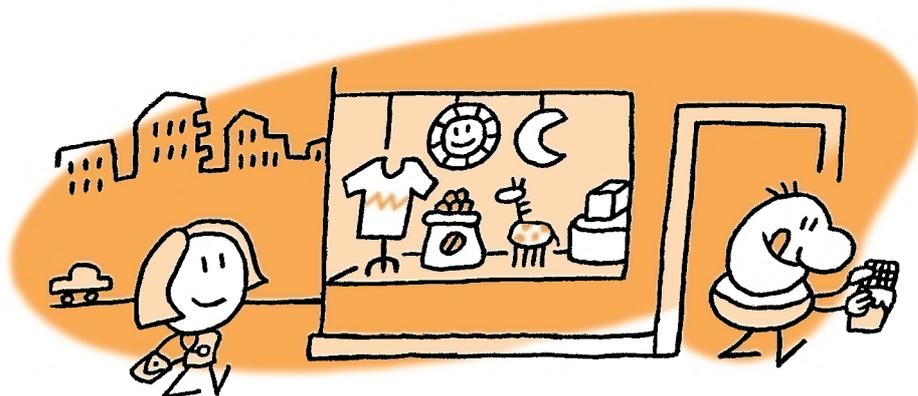
- ① “Comercio, no ayuda”, con esta reivindicación los países del Sur pedían, en una conferencia de Naciones Unidas de 1964, unas relaciones comerciales más justas en el ámbito internacional.
- ② A mediados de los 60, algunas organizaciones de apoyo a los países del Sur comienzan a importar productos de artesanía para venderlos en Europa. Las primeras ventas se hacen por catálogo o a través de grupos de solidaridad.
- ③ En 1969 se abre en Holanda la primera tienda de Comercio Justo.
- ④ En 1973 se importa el primer café de Comercio Justo, procedente de cooperativas de Guatemala.
- ⑤ A mediados de los 80, se empieza a acceder a los comercios convencionales.
- ⑥ En 1986 se abren las dos primeras tiendas en nuestro país, una en Andalucía y otra en el País Vasco.

3. ¿Qué puedo comprar en una tienda de Comercio Justo?

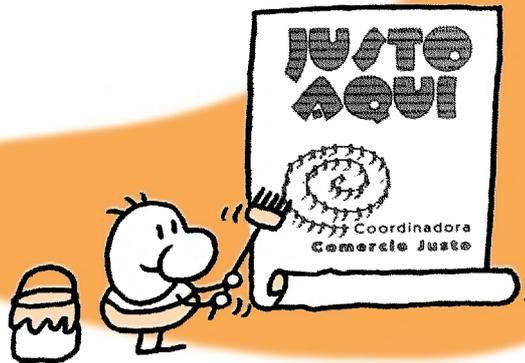
La diversidad de artículos es cada vez mayor. A medida que se ha ido extendiendo el Comercio Justo, lo ha hecho también la variedad de productos. Junto a los tradicionales objetos de regalo, encontramos productos de alimentación y útiles cotidianos para el hogar. Una característica común a todos ellos es la **calidad**, sin olvidar los **diseños originales** que nos acercan a otras culturas, al tiempo que contribuyen a mantenerlas.

En conjunto, se pueden agrupar en tres categorías:

- **Alimentación:**
café, chocolate, té, azúcar, mermeladas, galletas, ron, miel...
- **Textiles:**
prendas de vestir, tapices, pañuelos, ropa de casa...
- **Artesanía:**
bisutería, marroquinería, artículos para el hogar, útiles de cocina, cestas, juguetes, balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, bolsos, objetos decorativos, velas, material de papelería...



4. ¿Cómo puedo saber si una tienda es de Comercio Justo?



Una manera de saberlo es **buscar este distintivo**. Es el que otorga en nuestro país la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo a sus miembros.

5. ¿Quién está detrás de una tienda de Comercio Justo?

Muchas de las tiendas están gestionadas por **una ONG** (Organización No Gubernamental) con amplia experiencia sobre la problemática que viven los llamados países del Tercer Mundo, bien porque gestiona proyectos en países del Sur o bien porque lleva a cabo campañas de sensibilización o actividades de educación para el desarrollo, aquí en el Norte. El Comercio Justo se plantea como **un paso más para acabar con las relaciones de injusticia entre el Norte y el Sur**.

Pero también hay **particulares**, preocupados por la situación de las comunidades más desfavorecidas, que se plantean este tipo de **actividad comercial** como una forma de trabajo **que, a su vez, redunda en beneficio de los productores**.

6. ¿Las tiendas financian proyectos de desarrollo en los países del Sur?

No de forma directa. Son los **propios productores** los que **deciden y gestionan sus proyectos de desarrollo** con el beneficio que obtienen de vender sus productos a un mejor precio a través del Comercio Justo. Unión de la Selva y BRAC-Aarong son buen ejemplo de ello.



Unión de la Selva es una **cooperativa cafetalera** integrada por cerca de 1.500 familias campesinas de Chiapas, el estado más empobrecido y marginado de **México**. La mitad de su producción de café la venden a través de organizaciones europeas de Comercio Justo.

Entre los **proyectos de desarrollo** que han puesto en marcha cabe destacar la construcción de caminos para facilitar la comunicación y el transporte de su producción, así como diversos programas sociales: apertura de tiendas a precios económicos, educación complementaria, vivienda, salud...



En **Bangladesh**, **BRAC-Aarong** trabaja por el desarrollo de la población más pobre y desfavorecida, centrándose en el apoyo a las mujeres, que sufren una fuerte discriminación (más del 90% de la plantilla son mujeres). Agrupa a 350 cooperativas que trabajan en el **sector textil y en la elaboración de productos artesanales**.

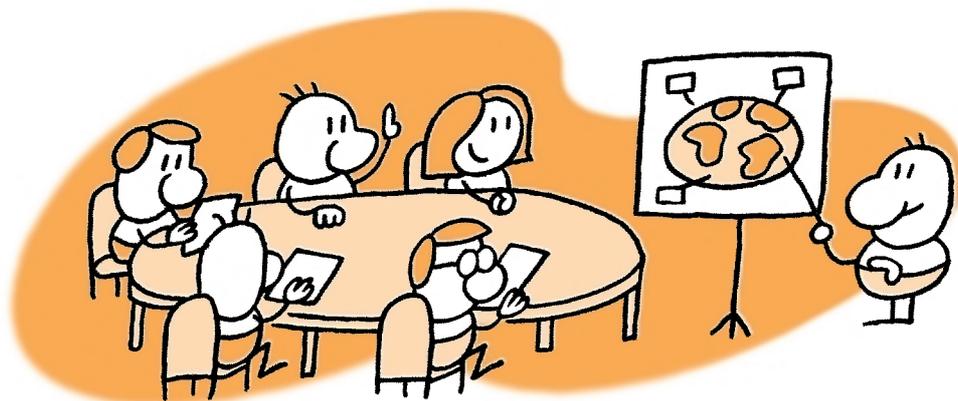


Entre sus **proyectos sociales** destacan la asistencia sanitaria, préstamos a bajo interés, apoyo a la creación de pequeñas empresas familiares y programas de educación que alcanzan a más de un millón de niños y niñas.

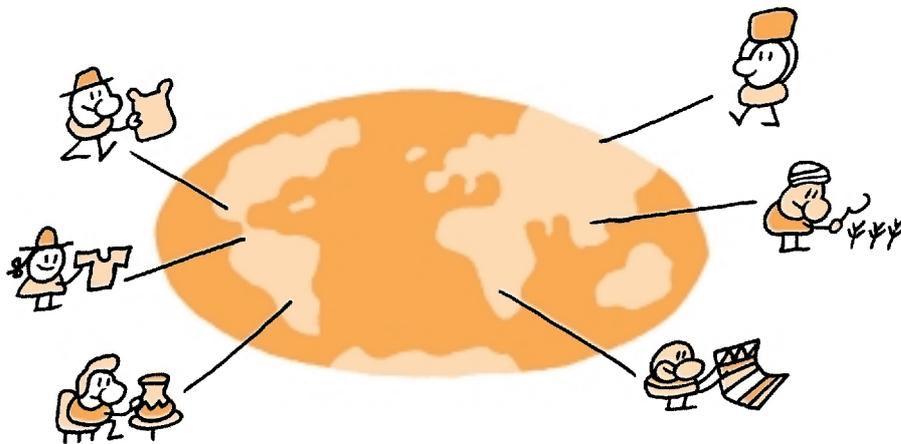
7. Entonces, ¿en las tiendas sólo se vende?

No, **las tiendas de Comercio Justo no son sólo puntos de venta**. En ellas siempre encontrarás información de los lugares de origen y de las cooperativas que han elaborado los productos, y además son lugares de:

- **sensibilización:**
para denunciar las situaciones injustas que sufren millones de campesinos y productores en todo el mundo
- **difusión:**
para dar a conocer el Comercio Justo, sus objetivos y posibilidades
- **campañas de presión:**
con el fin de promover los cambios necesarios, tanto en el ámbito político como en el empresarial, para acabar con las condiciones de explotación



8. ¿De dónde vienen los artículos? ¿Quién los produce?



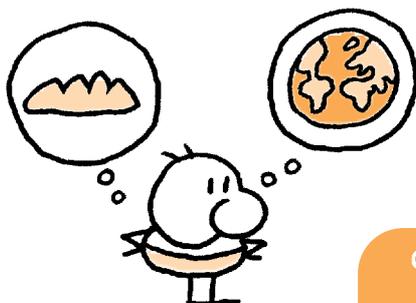
Los artículos que puedes encontrar en las tiendas de Comercio Justo vienen **en su mayoría de las zonas más pobres de América Latina, África y Asia.**

Los productores pueden ser familias, pequeñas cooperativas, grupos de mujeres, talleres para minusválidos o cooperativas de mayor tamaño que engloban pequeños grupos de productores. Se trata siempre de grupos de población que por razones económicas, geográficas, falta de experiencia o de recursos no tienen acceso directo al mercado; o, en caso de tenerlo, no obtienen un precio suficiente para mantenerse.

Cada vez es más frecuente que se puedan encontrar también productos hechos por grupos de población desfavorecidos en el Norte.

9. ¿Llega todo el dinero que pago al productor?

No, el Comercio Justo no es una ayuda, sino una **actividad comercial** y, como tal, tiene que cubrir también los gastos de transporte, aduana, impuestos, distribución, almacenaje, etc. Lo que **le diferencia** del comercio tradicional es el **precio superior que se paga al productor**, precio con el que puede acceder a una vida más digna; así como la **estabilidad** y la **relación directa** y de **respeto mutuo** que se mantiene con él.



Comida para pensar

- ② Con este nombre **NEWS!** (la Red Europea de Tiendas de Comercio Justo) coordina una **campana de ámbito europeo** - de tres años de duración (1999-2000-2001) - por el **derecho a la alimentación**. La campaña combina acciones de difusión y sensibilización (edición de folletos, carteles y otros materiales) y acciones de presión política con el objetivo de influir sobre el nuevo Acuerdo Agrícola que se negocia en el seno de la **Organización Mundial de Comercio (OMC)** y que podría significar, según las tendencias actuales, la pérdida de ingresos y trabajo para millones de agricultores de países del Sur, y una amenaza para su seguridad alimentaria.
- ② En años anteriores **NEWS!** ha realizado otras campañas similares con el sector textil, el café y el cacao como telón de fondo.
- ② Una de las actividades habituales es la celebración anual, a comienzos del mes de mayo, del **Día Europeo de las Tiendas de Comercio Justo**, en el que las tiendas realizan de forma coordinada acciones de difusión.

10. Y la tienda ¿Qué gastos tiene?

Las tiendas tienen **los mismos gastos que cualquier otro tipo de comercio** (alquiler y mantenimiento del local, administración, pago de impuestos, etc.). Cuando están gestionadas por una ONG suelen estar **atendidas por voluntarios**, pero aún así a veces es preciso que haya al menos una persona contratada para la gestión y coordinación.

Las tiendas también cubren gastos de **sensibilización y promoción del Comercio Justo**, como puede ser la edición de folletos y carteles o la organización de actividades de difusión.

11. ¿Cómo consigue la tienda los productos?

A través de las **importadoras**, que son las que los compran a los productores. Tan sólo en algunos casos concretos las ONG que gestionan las tiendas compran directamente algún producto.

También se dan casos en que una organización actúa como importadora y al mismo tiempo dispone de tiendas para la venta al público.

En la actualidad, en nuestro país la importación se realiza en su mayor parte por Alternativa 3, Equimercado, Ideas, Intermón, Mercadeco y Solidaridad Internacional.

12. ¿Qué hay de los intermediarios?

Se eliminan todos los intermediarios innecesarios, así como la compra y venta con carácter meramente especulativo, tan habitual en el comercio tradicional.

En el Comercio Justo, entre el productor y el consumidor están por regla general una organización **importadora** y la **tienda**; pero cuando es necesario **puede haber otros eslabones**:

- **en el país de origen** puede haber un exportador que se ocupa de las ventas de pequeños productores que no tienen capacidad de gestionar la exportación por sí mismos.
- **en el país de destino** puede haber distribuidoras que compran a grandes importadoras y distribuyen a las tiendas. Por ejemplo, en nuestro país se distribuyen artículos que proceden de importadoras de Holanda, Alemania o Italia. El objetivo es reducir los costes, que se encarecen cuando el volumen de mercancías importadas es muy pequeño.

13. Si la tienda no importa directamente, ¿Qué sabe de los productores?

Las importadoras tienen que facilitar a las tiendas **información sobre los artículos**: de dónde vienen, de qué materiales están hechos, quién los ha producido, cómo están organizados los productores, etc. Se mantiene muy presente el objetivo de **acercar el productor al consumidor** y dar a conocer la situación que se vive en los países de origen, por lo que esta información tiene que estar siempre disponible en las tiendas.



14. ¿Hay algún tipo de coordinación entre tiendas e importadoras o cada una funciona por su cuenta?



En nuestro país existe desde 1996 la **Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo**, que engloba a todas aquellas tiendas e importadoras que desean integrarse en ella y que cumplen unos requisitos mínimos. Los objetivos básicos de la coordinadora son representar al

movimiento de Comercio Justo, darlo a conocer y promover la realización de actividades conjuntas.

15. En el ámbito internacional ¿Existe también algún tipo de coordinación?

Si, las organizaciones dedicadas al Comercio Justo se agrupan en redes para aunar criterios, coordinar actividades y facilitar mecanismos que garanticen la transparencia y el cumplimiento de los criterios establecidos.

En el ámbito internacional está **IFAT** (Federación Internacional de Comercio Justo), creada en 1989, que agrupa tanto a importadoras del Norte como a productores del Sur.

En el ámbito europeo hay dos organizaciones: **EFTA** (Organización Europea de Comercio Justo), creada en 1990 y que agrupa a las importadoras; y desde 1994 **NEWS!** (Red Europea de Tiendas de Comercio Justo) que engloba en torno a 2.500 tiendas en diferentes países europeos.

Los productores: protagonistas del Comercio Justo

Pocas veces nos preguntamos quién ha producido lo que consumimos en nuestra vida cotidiana, y sin embargo cada compra que realizamos establece un vínculo que nos une en la distancia a hombres y mujeres que nunca conoceremos pero cuyas manos han trabajado para nosotros. Estos seis ejemplos procedentes de distintos continentes, culturas, tamaños y actividades nos ofrecen una pincelada sobre quienes producen los artículos de Comercio Justo. Es sólo una muestra, son muchos más.



El Ceibo

Unas 1.000 familias campesinas del **Alto Beni boliviano** integran la cooperativa El Ceibo. Gestionan la producción y comercialización de cacao y venden el 20% de su producción a través del Comercio Justo. La cooperativa se ocupa de la capacitación profesional y la investigación para la mejora y diversificación de los cultivos. También promueve el desarrollo de la comunidad, con especial atención a programas de salud y a la ayuda a los campesinos jubilados.

MCCH

Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos, surge en Quito, **Ecuador**, de la mano de comunidades de base. Crearon una alternativa de comercialización que diera respuesta a las necesidades de productores y compradores locales. Hoy, sus productos (azúcar, mermeladas, galletas, dulces...) también llegan hasta nosotros a través de las tiendas de Comercio Justo. Disponen de programas de salud y formación, y de una cooperativa de ahorro y crédito.

Mzilikazi

El Centro de Arte y Artesanía de Mzilikazi, en **Zimbabwe**, ofrece aprendizaje y empleo a unos 150 jóvenes para realizar trabajos de cerámica con diseños propios de la cultura de la zona. En Mzilikazi hay una proporción muy igualada de hombres y mujeres, sin discriminación de etnias.

Preda

Preda es una organización que proporciona empleo a niños de la calle y jóvenes con problemas, en **Filipinas**. Trabajan el mimbre, realizando cestos y otros artículos para el hogar, y bisutería de plata y madera.

ARTESANÍA

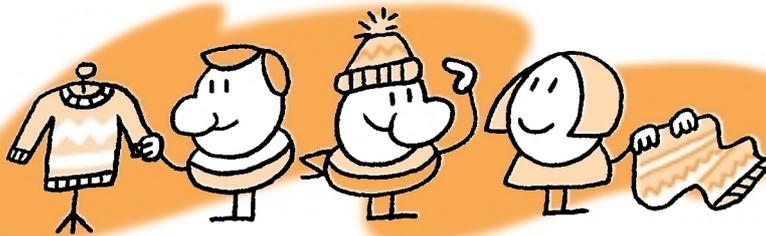


YWCA

En **Bangladesh**, 250 mujeres trabajan en YWCA fabricando diversos artículos textiles. Se trata de familias con dificultades para subsistir que gracias a este trabajo pueden cubrir sus necesidades mínimas. Un 10% del dinero que se genera se destina a un fondo de ahorro para servicios básicos.

La Malinche

La Malinche está formada por un grupo de mujeres de las comunidades indígenas de El Chile y El Zapote, en **Nicaragua**. Trabajan productos hechos a mano de tejido y cuero: mochilas, bolsos, carteras, billeteras, etc. Las mujeres que integran La Malinche han encontrado una alternativa de trabajo en una zona muy afectada por la crisis económica.



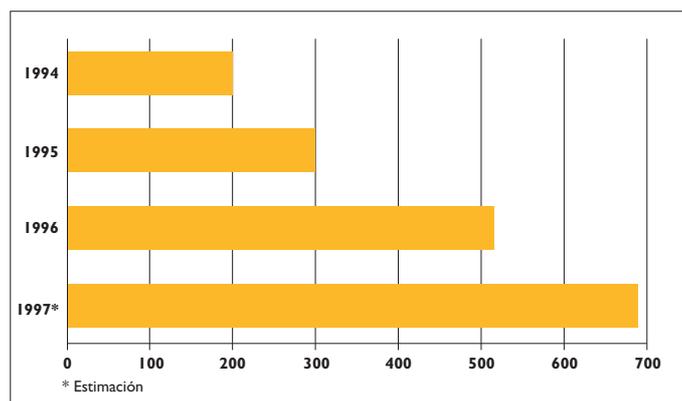
TEXTIL

16. ¿Hay muchas tiendas de Comercio Justo en nuestro país?

Hasta el momento existen algo más de 40 puntos de venta, la mayoría en zonas urbanas. A pesar de que el número de tiendas es todavía pequeño, se puede tener acceso a productos de Comercio Justo desde cualquier punto de nuestra geografía ya que algunas organizaciones venden sus productos por catálogo. También se pueden comprar en puestos y ferias de carácter puntual, y a través de las ventas realizadas por grupos de voluntarios.

17. ¿Y se vende mucho?

El gráfico muestra la evolución de las ventas, en millones de pesetas, en los últimos años. A pesar de que son todavía cantidades pequeñas, cabe destacar el **crecimiento continuado**, que es sin duda un buen indicador de las perspectivas de futuro para el movimiento de Comercio Justo en nuestro país.



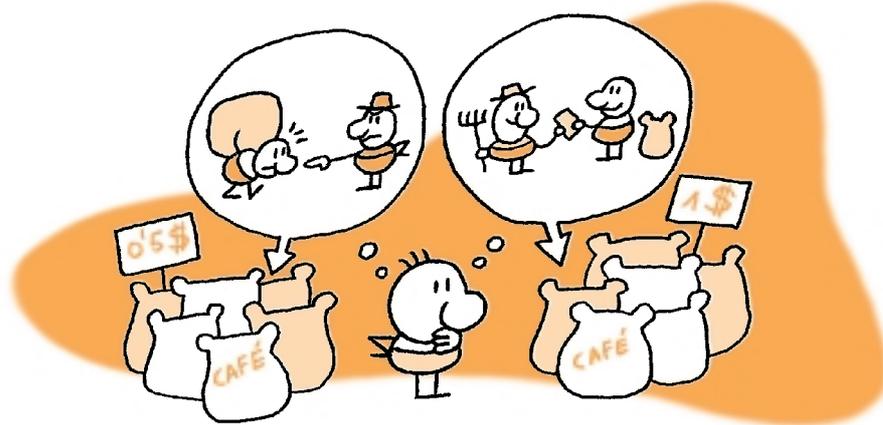
Fuente: Anuario de Comercio Justo, 1998-2000. EFTA.

18. ¿Qué hay de los precios? ¿Son similares a los del comercio convencional?

Depende de los artículos. En líneas generales los **productos de alimentación** tienen precios algo superiores. Esto es debido sobre todo a que se paga un precio más elevado al productor (p.e.: según las cotizaciones del café arábica en septiembre de 1999, el Comercio Justo pagaba a los campesinos un 40% más que el comercio convencional). Y en segundo lugar, se mueven todavía volúmenes muy pequeños en comparación con la distribución convencional de alimentación, lo que encarece proporcionalmente los gastos de transporte y almacenaje.

En cuanto a los **artículos de artesanía y textiles** tienen precios similares a los del comercio convencional. Aunque también se pagan mayores retribuciones a los artesanos, como la cadena de intermediarios es muy pequeña, se pueden conseguir precios competitivos.

Por último, hay que tener en cuenta que si la comparación la hacemos con los productos que podemos encontrar en tiendas *especializadas* en ofrecer **bajos precios**, debemos preguntarnos cuál es el **coste humano** que se ha pagado -en forma de explotación laboral- para que puedan llegar a nuestras manos esos productos a un precio tan increíblemente barato.



19. ¿Por qué hay diferentes precios en distintas tiendas de Comercio Justo?

Es cierto que a veces se encuentran los mismos productos con alguna variación de precio de una tienda a otra, lo que puede confundir al comprador. Estas diferencias vienen determinadas, por un lado, por la **importadora** que suministra los productos: al existir varias cada una puede marcar un precio diferente según, por ejemplo, los volúmenes que importa.

También influye el hecho de que al comprar en momentos diferentes, la **cotización de las divisas** puede oscilar sensiblemente.

Por su parte, cada **tienda** tiene sus propias estrategias de venta, lo que puede motivar variaciones en los precios según las circunstancias (cantidad de producto en *stock*, época del año, etc.)

20. ¿Puedo comprar artículos de Comercio Justo en tiendas convencionales o en supermercados?

En muchos **países europeos** se pueden comprar productos de alimentación como **café, chocolate o miel** en tiendas convencionales y en supermercados. En los Países Bajos, por ejemplo, el café se puede encontrar en más del 90% de los supermercados y alcanza una cuota de mercado del 2,6%. En Suiza, esta cifra asciende al 5%. Sin embargo, **en nuestro país** es ahora cuando se empiezan a dar los **primeros pasos** en esta dirección. Es de esperar que poco a poco se vayan ampliando los puntos de venta para acercar los productos de Comercio Justo al consumidor. Mientras tanto, siempre existe la posibilidad de comprarlos por catálogo.

21. ¿Qué relación hay entre el productor y la importadora?

La relación comercial entre productor e importadora está basada en un **trato directo** y en un **respeto mutuo**. Las condiciones (precio, forma de pago, etc.) son acordadas por ambas partes. Se establece una relación comercial a largo plazo y una parte del pago se efectúa por adelantado. Estas dos últimas condiciones son tan fundamentales como el pago de un **precio justo**, ya que dan a los productores seguridad y confianza para poder planificar su futuro.

El **pago por adelantado** les permite financiar la producción sin tener que recurrir a préstamos que tendrían un coste prohibitivo para ellos. La **relación a largo plazo**, además de proporcionar estabilidad, permite un conocimiento más a fondo entre ambas partes y una colaboración más estrecha.

Las importadoras también **asesoran** a los productores sobre:

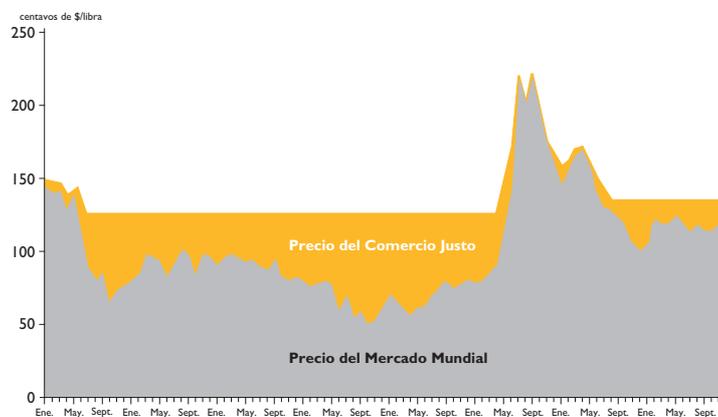
- los productos que mejor se pueden vender en el Norte
- los requisitos que deben cumplir los artículos para adaptarse tanto al gusto de los compradores como a las legislaciones de los diferentes países
- los mercados para sus productos
- el desarrollo de nuevos productos
- formación en administración y gestión para mejorar la capacidad de organización, etc.

22. ¿Qué se entiende por un precio justo?

Un precio justo debe **cubrir todos los costes** de producción, y permitir a los productores **tener una vida digna** y **reservar un margen** para fines sociales: escuela, salud, vivienda...

Por lo general, las importadoras aceptan los cálculos propuestos por los productores. En el caso de las materias primas como el café o el cacao, cuyo precio se determina en las bolsas internacionales de Nueva York y Londres, las organizaciones de Comercio Justo toman como referencia ese precio y añaden una cantidad adicional. Se garantiza, además, un precio mínimo que el productor recibirá aunque el precio del mercado caiga por debajo de él.

El precio del café

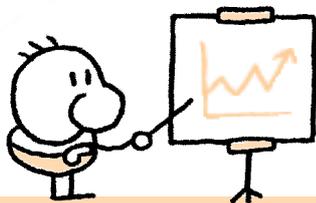


Como se aprecia en el gráfico, el precio pagado por las organizaciones de Comercio Justo a los productores de café se ha mantenido estable a pesar de las fuertes caídas de los precios en el mercado convencional.

23. ¿Quién puede vender a las organizaciones de Comercio Justo?

En principio, cualquier productor que se encuentre en una **situación de marginación o explotación**. En una primera época eran las organizaciones de Comercio Justo quienes iban en busca de productores para abastecerse. Hoy en día, el número de productores que desean vender sus artículos por esta vía se ha incrementado tanto que, con frecuencia, son los propios productores los que se organizan y toman la iniciativa de acercarse a las importadoras.

En la actualidad no es posible incorporar a todos los productores que desearían vender sus productos a través del Comercio Justo, de ahí la importancia de darlo a conocer y que cada vez sean más los que opten por esta alternativa al hacer sus compras.



El Comercio Justo hoy

- Existen importadoras en la mayoría de los países europeos, en Canadá, Estados Unidos, Japón y Australia.
- En Europa hay ya más de 3.000 tiendas repartidas en 18 países.
- Se importan productos de unas 800 organizaciones de 45 países del Sur.
- Unos cinco millones de personas en países del Sur se benefician de esta actividad.
- En 1996, se facturaron en Europa cerca de 11.000 toneladas de café de Comercio Justo.

24. ¿Cómo se ponen en contacto productores e importadoras?

Los productores pueden ponerse en contacto con IFAT (Federación Internacional de Comercio Justo), con EFTA (Organización Europea de Comercio Justo) o con alguna organización nacional para pedir información y poder encontrar una importadora para sus productos.

Las importadoras, por su parte, también realizan actividades de búsqueda de nuevos productores. Pueden acudir igualmente a las organizaciones internacionales como IFAT y EFTA para consultar en sus bases de datos o buscar a través de las ONG que tienen contacto directo con comunidades de países del Sur ya incorporadas al movimiento de Comercio Justo.

25. ¿Los productores dependen sólo del Comercio Justo?

En algunos casos sí, pero la mayoría de los productores venden una parte de su producción a las organizaciones de Comercio Justo y otra al mercado convencional.

Desde el propio movimiento de Comercio Justo **se trata de evitar que haya una dependencia**, ya que no existe capacidad de absorber toda la producción. Aún así, las ventajas que los productores obtienen de la parte de producción que venden por esta vía les permiten mejorar su formación, la capacidad de organizarse y gestionar su trabajo, y dirigir parte de sus esfuerzos a buscar nuevos mercados, incluyendo el mercado local para no depender tanto de las exportaciones.

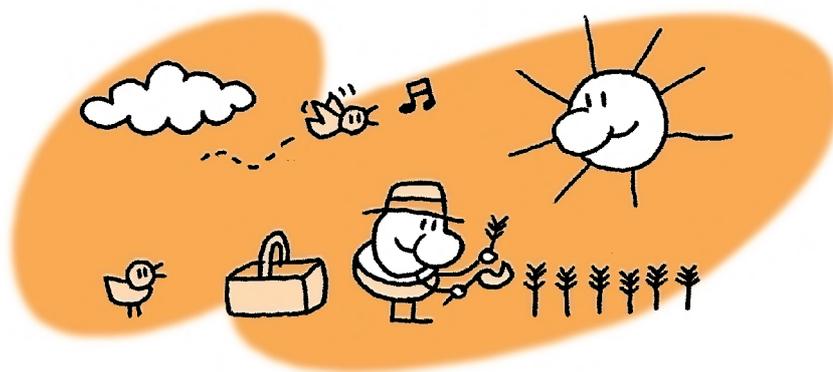
26. ¿Y el medio ambiente? ¿Se tiene en cuenta?

El Comercio Justo promueve la **protección del medio ambiente y el uso racional y sostenible de los recursos naturales**. Se apoya económica y técnicamente a los productores que ponen en marcha métodos de producción respetuosos con el medio ambiente. Es el caso de la empresa de artículos textiles **Dezing**, en Zimbabwe:

- sus productos son de algodón, una de las principales cosechas del país
- en torno al 50% es de cultivo orgánico (sin emplear abonos ni pesticidas químicos)
- el algodón no se blanquea (se elimina así el empleo de cloro)
- se utiliza agua para limpiar el equipo de impresión, en lugar de disolventes químicos
- el papel utilizado en los productos es reciclado

Además, se fomenta la cultura del país, ya que los diseños son hechos por artistas locales.

Existen también **otros ejemplos** de cultivos biológicos como el té de Sri Lanka, el cacao de la cooperativa El Ceibo de Bolivia o el azúcar de la cooperativa MCCH de Ecuador.



27. ¿Por qué en la etiqueta de algunos productos pone que están elaborados en Europa?

Una de las razones es que en la composición de los productos intervienen **materias primas de distinta procedencia**. El chocolate, por ejemplo, puede estar hecho con cacao de Ghana o de Bolivia y azúcar de Ecuador o de Filipinas. La mezcla final se hace en Europa con las materias primas importadas de estos países.

También ocurre que los productos que se importan tienen que pagar un **arancel en aduana**, que suele aumentar con el grado de elaboración. Es decir, el arancel es más bajo para las materias primas que para el producto ya elaborado (el chocolate en este caso).

Lo mismo ocurre con el café. El arancel es más bajo para el grano verde que para el café tostado, por lo que el proceso de tostado se realiza en Europa, así como el posterior envasado.



El Comercio Justo y la mujer

- Se presta especial atención a la mujer, por la fuerte discriminación que sufre tanto en el ámbito social como en el económico. No podemos olvidar que **el 70% de las personas que viven en la pobreza absoluta son mujeres**. Por ello, un buen número de productos de Comercio Justo han sido elaborados por cooperativas de mujeres.
- Se pretende no sólo reconocer su trabajo y facilitar que tengan unos ingresos, sino también darles voz, fomentar su participación en la toma de decisiones y potenciar su autoestima.

28. Los criterios del Comercio Justo ¿son los mismos en todos los países?

No coinciden exactamente, ya que se han ido elaborando a medida que el Comercio Justo se desarrollaba de la mano de distintas organizaciones en diferentes países. Con el objetivo de unificarlos **NEWS!** (Red Europea de Tiendas de Comercio Justo) ha elaborado unos criterios estándar mínimos para los productores, las importadoras y las tiendas.



Criterios para los productores

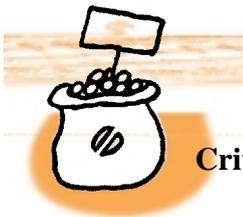
- salarios justos y buenas condiciones de trabajo
- mejoras en el bienestar social de los trabajadores y trabajadoras
- establecimiento de cauces de participación de los trabajadores y trabajadoras en la toma de decisiones
- ser abiertos y transparentes sobre sus estructuras y actividades
- preocupación por las repercusiones del comercio en la vida de mujeres, hombres, niños y niñas, y promover la igualdad de oportunidades para las mujeres
- protección de los derechos humanos, poniendo especial énfasis en los niños y niñas, las mujeres y las poblaciones indígenas
- respeto por el medio ambiente



Criterios para las importadoras

- pagar a los productores un precio justo por su trabajo
- ofrecer a los productores prefinanciación o facilitarles el acceso a otras formas de crédito
- ser transparentes sobre sus márgenes

- reducir en lo posible el número de intermediarios
- trabajar para conseguir un mercado seguro para los productores
- proporcionar apoyo a los productores mediante formación, asesoramiento técnico, investigación del mercado y/o desarrollo de nuevos productos
- facilitar información a los productores sobre los mercados para sus productos
- facilitar a las tiendas información sobre los productos y los productores
- ser abiertos y transparentes sobre su estructura y actividades
- trabajar con los productores para mejorar desde el punto de vista medioambiental métodos de producción, productos y embalajes
- dentro del funcionamiento de la propia importadora ésta debe:
 - proteger los derechos humanos, en especial de mujeres, niños/as y minorías
 - promover la igualdad de oportunidades
 - involucrar a trabajadores y trabajadoras en la toma de decisiones



Criterios para las tiendas

- vender productos de Comercio Justo
- informar al público sobre sus objetivos, el origen de los productos, los productores y el comercio en general
- participar en campañas para mejorar la situación de los productores y para influir en las políticas nacionales e internacionales
- ser abiertas y transparentes en su estructura y actividades
- estar atendidas por personal, sea empleado o voluntario, comprometido con los objetivos del Comercio Justo
- posibilitar que las personas que están en las tiendas participen en las decisiones que les afectan

29. ¿Qué pasa si un productor incumple los requisitos del Comercio Justo?

En el caso de que algún productor incumpla los criterios establecidos para entablar una relación de Comercio Justo, la organización importadora decide los pasos a dar. Lo normal es que no se rompa automáticamente la relación, sino que se discutan **las razones que han llevado al incumplimiento** y se trate de llegar a un acuerdo para restablecer las condiciones originales o **solventar las dificultades** que hayan surgido. En caso de no llegar a un acuerdo, sí se puede romper la relación comercial.

30. ¿Quién controla todo esto? ¿Qué garantía tiene el consumidor?

El Comercio Justo se basa en la **transparencia**. La **relación directa** y a largo plazo facilita el conocimiento mutuo y el intercambio de información. Las organizaciones importadoras son las que avalan la procedencia de los artículos y el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo por parte de los productores. La presentación de **informes, encuestas, auditorías** o la realización de **visitas** a los centros de producción, son los medios empleados.

Por su parte, las organizaciones que agrupan importadoras y tiendas (las ya mencionadas IFAT, EFTA y NEWS! en el ámbito internacional, y la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo en el nacional), tienen entre sus objetivos garantizar el cumplimiento de los criterios establecidos para cada eslabón de la cadena.

A medida que el movimiento de Comercio Justo se ha ido extendiendo se han desarrollado nuevos mecanismos de control. Así surgieron los **sellos de garantía**, que avalan el producto y permiten vender los artículos en comercios convencionales.

Las **Asociaciones de Etiquetado** son las responsables de los sellos de garantía. Disponen de un registro de productores de Comercio Justo a los que las empresas convencionales pueden comprar directamente productos para comercializarlos bajo su propia marca. La concesión y utilización del sello de garantía está supervisada por la Asociación de Etiquetado.

Ya existen sellos para varios productos de alimentación: café, cacao, miel, té, azúcar y plátanos.

En nuestro país no existe todavía un sello de garantía, pero se están dando los primeros pasos en esa dirección. De todas formas, se pueden encontrar ejemplos de sellos en algunos productos procedentes de otros países.



Max Havelaar

Surgió en los Países Bajos en 1988



Transfair

Tuvo su origen en Alemania en 1993

Fairtrade

Nació en el Reino Unido en 1994



Cada uno de ellos se ha ido implantando después en otros países, y en la actualidad los tres sellos están en **proceso de fusión** para desarrollar uno común bajo el nombre de **FLO** (las siglas inglesas de Organización de Etiquetado Justo).

Para saber más

BIBLIOGRAFÍA

- *El Porqué del Comercio Justo. Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas.* Eduard Cantos. Setem. Ed. Icaria-Antrazyt. 1998.
- *Reflexiones sobre Comercio Justo. Un nuevo motor de desarrollo.* Setem. 1999.
- *Anuario de Comercio Justo 1998-2000.* EFTA.1998.
- *Café Amargo: por un Comercio Norte-Sur más Justo.* Setem-Icaria. 1997.
- *Comercio Justo. Comercio Injusto.* Michael Barrat Brown. Icaria. 1998.
- *Seminario Comercio Justo, Consumo Responsable. Nuevas perspectivas de las relaciones comerciales Norte-Sur.* Documentos Intermón 1996.
- *Comercio Justo, Consumo Responsable.* Santiago Martínez-Orozco. Documentos Intermón 1996
- *Geografía del Supermercado Mundial. Trabajo, Comercio y Consumo en el Mundo de las Multinacionales.* Setem-CNMD. 1998.
- *Deshaciendo la Madeja. Testimonios sobre la explotación laboral en el sector textil.* Campaña Ropa Limpia. Ed. Icaria. 1999.
- *Adultos a la fuerza. La explotación laboral de la infancia.* Marta Arias. Intermón. 1998.
- *Sur-Norte. Nuevas Alianzas para la Dignidad del Trabajo. Centro Nuevo Modelo de Desarrollo.* Ed. Acción Cultural Cristiana. 1996.

- *Sobre la Piel de los Niños. Su explotación y nuestras complicidades.* Centro Nuevo Modelo de Desarrollo. Ed. Acción Cultural Cristiana. 1995.
- *Norte-Sur. La fábrica de la pobreza.* Centro Nuevo Modelo de Desarrollo. Editorial Popular. 1994.
- *El bumerang de la deuda.* Susan George. Ed. Intermón. 1993.
- *Rebelión en la Tienda. Opciones de consumo, opciones de justicia.* Centro Nuevo Modelo de Desarrollo-CRIC. Ed. Icaria-Milenrama. 1997.

VÍDEOS

- *Comercio Justo: una nueva solidaridad.* Setem. Escac. 30 minutos
- *El sabor de la dignidad: todo aquello que se esconde en una taza de café.* Setem. Intermón. Escac. 20 minutos.
- *Tejido con dignidad. Pon ética en tu etiqueta.* Setem. 15 minutos.
- *Made in dignity* (en castellano). NEWS! 20 minutos.

MATERIAL DIDÁCTICO

- *Tu Ropa y los Países del Sur.* Tres Unidades Didácticas adaptadas respectivamente al primer y segundo ciclo de la ESO y al bachillerato. *Campaña Ropa Limpia.* Setem.