



Comercio justo es la iniciativa que pretende evitar la injusticia del comercio actual entre los países del Norte enriquecidos y los del Sur empobrecidos. Su principio fundamental es el de garantizar a los productores del Sur una compensación justa por su trabajo, mediante la eliminación de intermediarios y del proceso de intercambio especulativo.

Las marcas de comercio justo son nombres registrados y patentados que se le ponen a una serie de productos para diferenciarlos de los demás. El sello de garantía avala que los productos que lo llevan han sido producidos en unas condiciones respetuosas con los derechos humanos, con las convenciones internacionales sobre el trabajo y con el medio ambiente y bajo unos criterios, éticos, justos y ecológicos.



La situación del comercio justo en España

Los índices de implantación del comercio justo en España distan mucho todavía de los niveles de algunos países europeos en los que más del 90% de los establecimientos convencionales de venta de alimentación ofrecen productos de comercio justo. Ésta diferencia es debida a dos factores. En Europa algunos países tienen una tradición de más de veinte años en la comercialización de productos de comercio justo y además existe un sello de comercio justo (FLO), que ofrece la garantía de un organismo certificador independiente. En España actualmente se está trabajando

para conseguir un sello similar. En los últimos dos años ha habido un importante incremento del consumo de café de comercio justo en España debido sobre todo a su introducción en algunas grandes superficies con implantación estatal.

Esto ha sido posible gracias en buena parte al minucioso trabajo de sensibilización realizado desde hace diez años por las más de setenta tiendas de comercio justo españolas.

Café Express 2002

Direcciones de interés

En estas páginas web se puede encontrar información y teléfonos de contacto de organizaciones que distribuyen productos de comercio justo.

www.alternativa3.com

www.circulodeluz.org

www.comerciosolidario.com

www.cooperació.org

www.equimercado.adsis.org

www.eurosur.org

www.euskalnet.net/mercadeco

www.intermonoxfam.org

www.nodo50.org/espanica

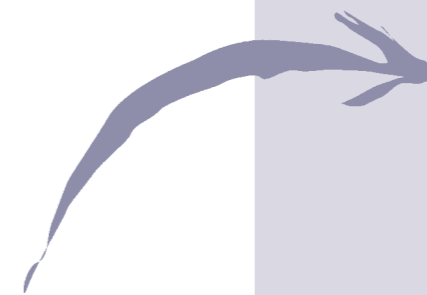
www.pangea.org/xarxaconsum

www.setem.org

www.sodepaz.org

www.intermonoxfam.org

Sur



Norte

Compromisos de las comunidades productoras del Sur

Organización a través de pequeñas empresas y cooperativas que favorezcan la participación, la equidad y el funcionamiento bajo criterios democráticos.

Rechazo de la explotación laboral de niños y niñas, no hacer discriminaciones por razón de género y desarrollar procesos de producción que respetan el entorno social.

Fomentar la economía local, comprando las mercancías lo más directamente posible a quienes las producen.

Garantizar un precio justo por el trabajo realizado, de manera que permita vivir dignamente a los trabajadores.

Buscar el desarrollo integral de las comunidades y el incremento del nivel de vida de manera razonable y sostenida, por lo que parte del dinero se tiene que invertir en proyectos para la comunidad, en cualquier ámbito: escuelas, centros de salud, talleres para las mujeres, infraestructuras...

Buscar una relación continuada y a largo plazo entre las partes asociadas, y dar lugar a una relación comercial directa, estable y personal. Para ello las organizaciones de comercio justo darán apoyo a los productores a través de créditos que permitan la "prefinanciación", es decir, el adelanto de una parte del precio de la producción (frecuentemente un 50% del valor de una compra se paga al realizar el pedido).

Promover un tipo de desarrollo ecológicamente sostenible:

- Rechazar monocultivos, y evitar la especialización en un solo producto.
- No utilizar suelos dedicados a la alimentación de las propias colectividades.
- Evitar pesticidas y herbicidas que puedan provocar problemas de deforestación y/o contaminación.

Compromisos de las comunidades consumidoras del Norte

Sensibilización: promover el consumo responsable concienciando a las personas de que son la base sobre la que se sustenta el mercado. Por lo tanto tienen derecho a saber en qué condiciones se han elaborado los productos que consumen.

Presión: denuncia y presión política en el Norte sobre determinadas prácticas empresariales y sobre los Parlamentos nacionales, regionales...

Desarrollo comercial: Pagar un precio justo que cubra las necesidades vitales, los costes de producción, un margen para invertir de nuevo. Pagar por adelantado un 40-50% para evitar el endeudamiento.

Mantener relaciones de trabajo a largo plazo. Informar a los productores de las tendencias, normas de seguridad e higiene para que éstos puedan adaptar su producto al mercado.

Facilitar el acceso directo de los productores al mercado, evitando intermediarios. Funcionamiento democrático y transparente.

Mejorar la distribución.

Apertura de nuevas tiendas y expansión territorial.

Aumento de la oferta de productos.

Aumento de la clientela.

Fuente: Comercio Justo, Consumo responsable, Santiago Martínez-Orozco Llorente, actualizado por Amalia Fernández y Montse López. 2000.



Intermon
Oxfam

La Cooperativa de El Ceibo



La cooperativa El Ceibo se constituyó en la cuenca amazónica de Bolivia para que los productores de cacao pudieran controlar su transformación y comercialización. En primer lugar los socios construyeron un almacén y una instalación de secado del cacao producido. Posteriormente edificaron una pequeña fábrica para su transformación.

Actualmente, producen cacao en polvo, manteca de cacao y su propio chocolate. En 1987, la cooperativa El Ceibo empezó a convertir parte de su producción en cultivos orgánicos. Los esfuerzos y la progresiva mejora de su organización les ha llevado a vender a las organizaciones de comercio justo que les pagan por tonelada el 85% más del precio estipulado en el mercado mundial.

Con los beneficios obtenidos, los socios reciben una ayuda para la escolarización de sus hijos, tienen un seguro de enfermedad y accidente, invierten en la mejora de la fábrica, investigan en nuevos métodos de cultivo, organizan varias cooperativas de consumo y desarrollan programas para diversificar la producción.

Fuente:
Adaptación de EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION: Anuario del comercio justo, Maastricht, Holanda, 1995.

Sociedad de pequeños productores para la exportación de café, SOPPEXCCA

Sonia pertenece al colectivo de mujeres Las Hermanas creado hace dos años por 85 mujeres provenientes de varias cooperativas de la región y asociadas a Soppexcca. Esta organización reúne a varias cooperativas que producen, procesan y comercializan su café en el mercado de comercio justo. Las mujeres organizadas lograron vender un contenedor de café (365 quintales) a organizaciones que trabajan en comercio justo, participando con cantidades desde dos quintales de algunas socias. Así lograron un precio de 126 dólares por quintal. Si el grupo hubiese vendido al mercado convencional, el precio por quintal habría sido de 50 dólares o mucho menos, lo que no refleja ni siquiera el coste de producción

y procesamiento. Soppexcca se localiza en el departamento de Jinotega al norte de Nicaragua, donde la crisis del grano de café ha agudizado la situación de pobreza de forma más significativa. El comercio justo brinda herramientas básicas para que el productor pueda conducir su propio proceso de desarrollo. El colectivo de mujeres Las Hermanas, con el estímulo económico recibido, ya está organizando su participación para el próximo período, sin olvidar su formación personal en Soppexcca y la mejora del nivel de vida de su familia.



Juliet Chisamba, trabajadora de Dezign Inc., Zimbabue

Juliet Chisamba, una viuda con cuatro hijos, es una del centenar de personas de Mbara y Glen Norah que tienen la suerte de trabajar en **Dezign Inc.**, una de las poquísimas empresas del país que llevan una política de integración racial y reparto equitativo de los beneficios. La empresa da preferencia tanto a negros como a mujeres, les anima a formarse para los puestos de dirección y les ofrece estos puestos siempre que sea posible.

Dezign Inc. invita a artistas de todo el continente para que pinten o dibujen motivos inspirados por el arte tradicional africano para estampar en sus camisetas. El 95% de los materiales proviene de Zimbabue, puesto que **Dezign** sólo importa aquello que el mercado local no ofrece.

Dezign es "verde": la tinta usada está hecha a base de agua, todo el papel es 100% reciclado, el algodón se blanquea sin cloro o no se blanquea, y todo el proceso de producción es totalmente inofensivo para el medio ambiente, una hazaña considerable en el sector de la imprenta.

Los dueños de la empresa y el comité de empresa deciden conjuntamente la política de contratación. Puesto que consideran que el sueldo base de Zimbabue es demasiado bajo para asegurar una vida decente, sus sueldos son un 50% más altos. Al contrario que la mayor parte de las empresas del país tiene un plan de pensión, un sistema amplio de seguro sanitario, una sección de créditos y un sistema de beneficio anual entre los dueños y los empleados.

Fuente:
Adaptación de EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION: Anuario del comercio justo, Maastricht, Holanda, 1995.



Valoración de Kagera Ltd. (Kage Cooperative Union Ltd., formada en 1984 en Tanzania) de su participación en el comercio justo

"El comercio justo es uno de los mejores caminos para que el Norte ayude a los pequeños productores del Sur. Éstos (a diferencia de lo que ocurre en el mercado tradicional) se aseguran un compromiso de precio mínimo con el que garantizan los costes de producción. El producto potencia su papel al mismo tiempo que elimina a los intermediarios y garantiza el contacto directo entre productores y consumidores... el consumidor empieza a conocer al productor y a la inversa, de esta manera, las dos partes entienden las necesidades de cada una de ellas. El productor adquiere una posición de continuidad con la producción, y esto hace que aumente su motivación y la conciencia de los consumidores."

El sistema de precios del comercio justo permite el pago de primas a los productores lo que incrementa su nivel de vida en salud, educación y ropa.

"Valoramos nuestra pertenencia al movimiento del comercio justo y creemos en su importancia. Por eso en Kagera Cooperative Union Ltd., en nombre de otros miembros, instamos, en la medida de lo posible, a difundir las ideas del comercio justo, tanto a nivel de productores como de consumidores."