Conocer el Comercio Justo: mitos, realidades y preguntas frecuentes

Los 10 principios del Comercio Justo en cifras y casos prácticos

CUADERNO Nº 2

ideas
COMERCIO JUSTO

Elaborado y editado por IDEAS Comercio Justo, Cooperativa de interés social

Calle El Carpio 55 (Polígono Industrial Dehesa de Cebrián)

14420 Villafranca de Córdoba (Andalucía, España)

(+34) 957 191 243 www.ideas.coop

Este material está editado dentro del proyecto "Ciudades por el Comercio Justo: sostenibilidad y equidad comercial para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible", financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). La opinión de la AECID no tiene por qué coincidir con lo expresado en el contenido de este material.

Diseño:

Ana Sánchez Tejedor

La Fábrica Gráfica

www.lafabricagrafica.net

creative commons

Síguenos:

Índice

0. El Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible 04

1. Oportunidades para productores/as desfavorecidos/as: los grupos productores de Comercio Justo y la soberanía alimentaria. El caso de la cooperativa Agropía en Ecuador 05

2. Transparencia y responsabilidad: cadena comercial, origen y trazabilidad de los productos de Comercio Justo 09

3. Prácticas comerciales justas: ¿cómo se garantiza que se cumplen los principios del Comercio Justo? El caso del sello de Pequeños Productores (SPP) ... 17

4. Pago justo: ¿cómo se construye el precio de un producto de Comercio Justo? El caso del café y la cooperativa Sol&Café de Perú 20

5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso: el caso de Laura López, de la cooperativa Manduvirá de Paraguay 24

6. Igualdad y equidad de género: el Comercio Justo comparte valores con la economía feminista y el ecofeminismo. El caso de Merlín Prezza, vicepresidenta de la CLAC 28

7. Buenas condiciones de trabajo: cómo se garantizan. Testimonios de personas trabajadoras y productoras de Comercio Justo. El caso de Gloria Sagñay y de Maquita en Ecuador 32

8. Desarrollo de capacidades: los proyectos de cooperación ¿cómo se fortalecen las capacidades de los grupos productores para mejorar su producción y sus vidas? El caso de las especias de Palestina 35

9. Promoción del Comercio Justo: ¿quién hay detrás? Productos con rostro 39

10. Respeto al medio ambiente: la huella ecológica de la panela de Comercio Justo versus el azúcar de remolacha refinado. "El caso del azúcar de caña de Manduvirá" 42

Introducción: el Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible constituyen la agenda más ambiciosa que hasta el momento se ha marcado la comunidad internacional para alcanzar, antes de 2030, la erradicación de la pobreza, la protección del planeta, la reducción de las desigualdades y asegurar la prosperidad para todas las personas. Cada objetivo tiene sus propias metas e indicadores para lograr su concreción y evaluar el seguimiento.

Con una historia de más de 50 años, el Comercio Justo es una herramienta útil para contribuir a la Agenda 2030 y ha demostrado ser poderosamente eficaz para transformar la vida de millones de personas en el planeta, ya que es una alternativa económica que asegura la prosperidad de las comunidades productoras, y contribuye a mejorar la vida de las personas productoras, asegurando sus derechos, y protegiendo el planeta.

1 OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES DESFAVORECIDOS

1. Oportunidades para productores/as desfavorecidos/as: los grupos productores de Comercio Justo y la soberanía alimentaria

1 FIN DE LA POBREZA

2 HAMBRE CERO

ODS 1. Poner fin a la pobreza

- Meta 1.4. Garantizar el acceso a recursos (propiedad, control de las tierras, recursos naturales, nuevas tecnologías) de las comunidades rurales
- Meta 1.6. Movilizar recursos para luchar contra la pobreza

ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

- Meta 2.3. Duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los pequeños/as productores/as

La situación[1]

Vivimos en un mundo con una economía cada vez más globalizada, donde las sociedades y poblaciones humanas están muy conectadas a través de sus relaciones comerciales, sociales y políticas. Ello ha hecho que seamos más interdependientes y vulnerables a las decisiones que se toman en el contexto internacional, especialmente si tenemos en cuenta que no todos los países ni agentes económicos tienen la misma capacidad de influencia en los organismos que regulan y definen las reglas comerciales.

Podemos observar cómo progresivamente todas las cadenas comerciales (de productos básicos y manufacturados) están siendo controladas por grandes grupos corporativos y compañías transnacionales, situación que les permite imponer sus intereses sobre los de otros agentes de la cadena; algunos criterios como la búsqueda de bajos precios, soportados en la mayoría de ocasiones por situaciones de explotación laboral o degradación ambiental, han perjudicado a muchas comunidades productoras, condenándolas a la exclusión y la pobreza e imposibilitando su desarrollo.

1. IDEAS (2016). "Informe sobre Comercio Justo y Soberanía Alimentaria. La voz de los productores."

Cadena global de suministro[2]

Además, la sobredependencia de muchos países a la exportación ha hecho que aumente su vulnerabilidad. Por ejemplo, la necesidad creciente de soja para la fabricación de piensos para ganado, la elaboración de biocombustibles o la gran demanda internacional de alimentos de moda, como la quinoa, ha hecho que algunos productores y productoras apuesten por su producción de forma intensiva a través de la agricultura industrial olvidando las necesidades alimenticias de sus propias poblaciones y desplazando o reduciendo la producción de alimentos básicos, con la consiguiente merma y desabastecimiento de los mercados locales. Esta lógica ha hecho que muchos países produzcan alimentos demandados por los mercados internacionales, pero que tengan que importar alimentos básicos para satisfacer las necesidades de su población, en algunos casos, con altas tasas de desnutrición.

Así mismo, esto ha contribuido a la subida de precios en los mercados locales de alimentos básicos en la dieta de las comunidades productoras como la quinoa, que a menudo dejan de consumir por no poder permitirse pagar los precios de mercado. Con el consiguiente impacto negativo para su seguridad alimentaria y también en las prácticas culturales y tradiciones, basadas en los alimentos que se han consumido de manera habitual en la dieta de dichas comunidades desde sus ancestros.

Ante esta realidad, ¿cómo contribuye el Comercio Justo a la soberanía alimentaria de los grupos productores?

- Promoviendo la diversificación de las producciones.
- Facilitando el acceso a la tierra de pequeños grupos productores.
- Apoyando la creación de huertas ecológicas para autoconsumo, así como la venta de excedentes en mercados locales.
- Apostando por el cultivo de variedades de semillas autóctonas y técnicas ancestrales que preservan los ecosistemas de las comunidades.
- Basando la toma de decisiones en mecanismos democráticos, haciendo especial hincapié en la participación de las mujeres.
- Asegurando mejores precios por los productos y relaciones laborales a medio y largo plazo.
- Fomentando el intercambio de buenas prácticas agroforestales entre los pequeños productores y facilitándoles capacitación técnica para preservar la biodiversidad.

2. ¿Quién tiene el poder? Desequilibrios en las cadenas de suministro agrícola. BASIC

¿Qué es la soberanía alimentaria?[3]

Es el derecho de los pueblos a definir y controlar sus sistemas alimentarios y de producción de alimentos tanto a nivel local como nacional, de forma equitativa, soberana y respetuosa con el medio ambiente. La soberanía alimentaria es también el derecho de los pueblos a alimentos suficientes, nutritivos, saludables, producidos de forma ecológica y culturalmente adaptados.

¿Qué es la seguridad alimentaria?[4]

La seguridad alimentaria se da cuando todas las personas tienen acceso físico, social y económico permanente a alimentos seguros, nutritivos y en cantidad suficiente para satisfacer sus requerimientos nutricionales y preferencias alimentarias, y así poder llevar una vida activa y saludable.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de agricultura familiar?[5]

La agricultura familiar incluye todas las actividades agrícolas de base familiar. Es una parte fundamental del desarrollo rural. La agricultura familiar es una forma de clasificar la producción agrícola, forestal, pesquera, pastoril y acuícola gestionada y operada por una familia y que depende principalmente de la mano de obra familiar, incluyendo tanto a mujeres como a hombres.

Tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados, la agricultura familiar es la forma de agricultura predominante en el sector de la producción alimentaria. La agricultura familiar también desempeña un importante papel socioeconómico, medioambiental y cultural.

¿Qué entendemos por pequeños/as productores/as? [7]

El sello de Comercio Justo de pequeños/as productores/as (SPP) considera como pequeño productor, como norma general, a aquellas organizaciones en las que al menos el 85% de sus miembros tengan un área de producción inferior a 15 hectáreas, y el resto, un máximo de 30 hectáreas. Además, se establecen criterios específicos según producto.

¿Qué tipo de organizaciones de Comercio Justo podemos encontrar?[7]

Quienes producen los artículos de Comercio Justo son organizaciones campesinas, artesanas, etc., generalmente de zonas desfavorecidas de Asia, América Latina o África. Una gran parte son cooperativas o grupos cooperativos, asociaciones, pequeños grupos productores o empresas de carácter social, que tienen como fin de elaborar productos que les permitan vivir de manera digna.

3. Amigos de la tierra: https://www.tierra.org/soberania-alimentaria/

4. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO.

5. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO_Decenio de Naciones Unidas para la Agricultura Familiar (2019-2028): http://www.fao.org/family-farming-decade/home/es/

6. IDEAS (2017): https://ideas.coop/spp-el-sello-que-distingue-a-los-pequenos-productores-de-comercio-justo/

7. Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ): http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/el-proceso-del-comercio-justo/

Un ejemplo vale más que mil palabras: María Ávila Quilca de la cooperativa Agropía

Su cooperativa **Agropía** está ubicada en la región de Huancavelica, considerado el departamento más pobre de Perú con altos índices de inseguridad alimentaria. El 88% de la población es pobre, entre los que el 74% es extremadamente pobre. Dicha región fue ampliamente afectada por la violencia de Sendero Luminoso y la represión militar, que marcó profundamente a la población, a sus víctimas y a sus desplazados.

Agropía nace en el 2008 y está formada por 600 familias de 17 comunidades campesinas. Hasta esta fecha solo sembraban patatas nativas convencionales para autoconsumo. Gracias a la colaboración de Ethiquable y también al préstamo que asumieron las 120 familias que son miembros de la cooperativa, Agropía logró construir su propia planta de fritura. Desde hace diez años, los campesinos y campesinas indígenas que trabajan la tierra de manera ecológica, se sienten orgullosos/as de ser propietarias de su propia fábrica de producción orgánica y así seguir construyendo su proyecto colectivo.

2 TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD

2. Transparencia y responsabilidad: cadena comercial, origen y trazabilidad de los productos de Comercio Justo

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

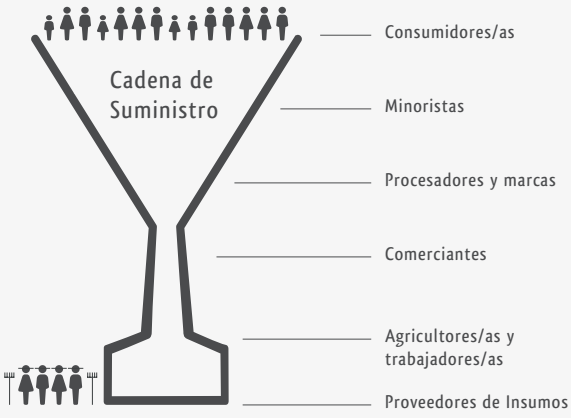
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

- Meta 16.6. Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes
- Meta 16.7. Garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas

ODS 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

- Meta 17.10. Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio
- Meta 17.16. Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, particularmente en los países en desarrollo

¿Cómo funciona la cadena comercial del Comercio Justo[8]?



8. Carta Internacional de Comercio Justo..

¿Qué tipo de compromisos se establecen entre grupos productores y organizaciones importadoras de Comercio Justo?[10]

Acuerdo mutuo: El precio se establece de común acuerdo entre ambas partes (organizaciones productoras e importadoras), según los criterios del Comercio Justo, de manera que cubra los costes de producción (materias primas, mano de obra con salarios adecuados, condiciones de trabajo dignas y saludables) y permita a las familias productoras un margen para invertir en proyectos de desarrollo de su comunidad o en la propia organización productora.

Prefinanciación: Las importadoras financian por adelantado hasta un 50% de la producción, si las organizaciones productoras así lo requieren, lo que favorece el desarrollo de los grupos productores y sus comunidades. Esto

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

Transporte: Las importadoras distribuyen los productos a las tiendas de Comercio Justo y otros puntos de vente.

Elaboración de productos manufacturados: Muchos productos se elaboran en origen, desde el cultivo a la transformación y envasado. Otros con varios ingredientes, como el chocolate o las galletas se elaboran en Europa.

Sensibilización a las personas consumidoras: las organizaciones de Comercio Justo, tanto importadoras como las tiendas especializadas, llevan a cabo una labor de sensibilización dirigida a las personas consumidoras, a través de la cual, dan a conocer el trabajo de las organizaciones productoras con el objetivo de fomentar el consumo responsable y el Comercio Justo.

10. Coordinadora Estatal de Comercio Justo: http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/el-proceso-del-comercio-justo/

Sellos de garantía

¿Cómo reconocer los productos de Comercio Justo?

Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés) hay dos vías para reconocer que un producto cumple con los criterios de Comercio Justo:

Si la Organización que lo comercializa o participa en su producción cumple con los estándares de la WFTO, basados en los principios del Comercio Justo o es miembro de la misma. Las organizaciones miembro de WFTO cumplen con un sistema de acreditación que evalúa el cumplimiento de los 10 principios de Comercio Justo. Este sistema incluye una autoevaluación, evaluaciones externas por parte de otras organizaciones y una auditoría externa.

Si el producto cuenta con las acreditaciones o sellos de garantía: principalmente WFTO Guaranteed Certified, Fairtrade Internacional, ECOCERT, SPP, IMO – Fair for Life o Naturland Fair.

Los sellos de garantía basados en la certificación del producto de Comercio Justo comenzaron a implantarse al finales de los años ochenta y bastantes de ellos desembocaron, en 1997, en la Fairtrade Labelling Organization, actualmente Fairtrade Internacional, que a día de hoy coexiste con otros sellos.

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), la entidad más representativa del movimiento del Comercio Justo a nivel internacional, reconoce aquellos sellos susceptibles de certificar productos de Comercio Justo, asegurando que sus sistemas contemplan de forma rigurosa los principios y criterios que se exigen desde este movimiento.

El sistema de reconocimiento para organizaciones

Bajo este procedimiento se reconoce a los productos comercializados bajo los criterios de Comercio Justo por organizaciones de Comercio Justo. Las organizaciones combinan la actividad comercial con campañas de información y sensibilización.

Organización Mundial de Comercio Justo

Es la certificación para organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional. La actividad central de estas organizaciones es el Comercio Justo y para obtener esta certificación, deben cumplir con éxito un proceso de verificación en relación a los diez estándares del Comercio Justo. El sello de WFTO está orientado fundamentalmente a organizaciones cuya actividad principal sea el Comercio Justo. La pertenencia a esta red constituye de por sí una prueba de la legitimidad de las credenciales de Comercio Justo.

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo tiene como finalidad potenciar el Comercio Justo en España, y están integradas en ella más de 30 ONG, importadoras y tiendas. Los productos provenientes de los miembros de la coordinadora ofrecen las máximas garantías de cumplir con los criterios de Comercio Justo. La coordinadora sigue muy de cerca el trabajo de las organizaciones de Comercio Justo, pero no certifica ni organizaciones, ni productos. En su página web se puede encontrar un mapa de las tiendas especializadas de las organizaciones de CJ[11] .

La certificación de productos

Existen unos estándares internacionales para cada tipo de producto y aquellos que cumplen con estos criterios son certificados. Por esta vía la comercialización da cabida a las empresas convencionales para que comercialicen productos de Comercio Justo.

El sistema de certificación para productos más reconocido es el **Sello Fairtrade**, gestionado por Fairtrade Internacional (FLO), Fairtrade Ibérica en España. El sello Fairtrade está disponible para una gran gama de productos, principalmente de alimentación como café, cacao o azúcar y otros como flores o algodón. El uso de la certificación Fairtrade está abierto tanto a Organizaciones de Comercio Justo como a empresas convencionales siempre que cumplan los estándares señalados para cada producto.

El sello Fair for Life está certificado por el organismo **Ecocert** desde 2017, año en el que ambos estándares se fusionaron. Ecocert es un organismo de inspección y certificación establecido en Francia en 1991 y que forma parte del Ecocert Group. Se ha especializado en la certificación de productos de agricultura ecológica. Propone un enfoque basado en el medio ambiente, promoviendo la agroecología en todo el mundo y estableciendo sistemas de control y certificación. La certificación Fair for Life está disponible para las operaciones de muy diversos sectores en todo el mundo, combinando tres tipos de requisitos a lo largo de toda la cadena de suministro: la responsabilidad medioambiental, la responsabilidad social y el comercio justo.

El sello Naturland Fair se usa tanto para la certificación de empresas, como de productos específicos, combinando el sector ecológico con el comercio justo bajo un mismo logotipo, aplicable a productos tanto del Norte como del Sur Global. La entidad asegura los criterios orgánicos a la vez que cumple con las normas de Comercio Justo basadas en la definición de La Carta Internacional de Comercio Justo y los principios de FINE a través de una evaluación interna y externa.

El sello SPP ha sido creado por los propios productores y productoras, y está gestionado en exclusiva por SPP Global, que acredita a las entidades de certificación. Su principal particularidad es que solo trabaja con organizaciones de pequeños grupos productores, excluyendo a las plantaciones así como a productores no organizados, con el objetivo de beneficiar de manera efectiva a estos actores. SPP ha iniciado un proceso para reforzar sus criterios medioambientales. En la actualidad, el 90% de las organizaciones productoras certificadas por SPP poseen también el certificado ecológico.

11. http://comerciojusto.org/tiendas/

¿El origen del producto o el lugar donde lo compro garantiza que sea de Comercio Justo?

El origen del producto o el lugar donde lo compro no siempre garantiza que éste sea de Comercio Justo. Los productos de Comercio Justo provienen generalmente de países de América Latina, Asia o África, pero no todos los productos que proceden de estos países pueden ser considerados de Comercio Justo. De hecho, la mayoría de los productos que consumimos a diario proceden de otros países, por ejemplo el cacao o el café, ya que la climatología no permite su cultivo en Europa. Así que, siempre que vayamos a comprar chocolate o café y otros productos que no se cultivan aquí, es importante buscar en el etiquetado información sobre su procedencia y las condiciones en las que se produce. Aunque esta información no siempre es fácil de encontrar en los productos convencionales. En los de Comercio Justo siempre está disponible, porque si no cabe en la etiqueta, puedes encontrar una ficha completa con toda la información sobre cada producto en la web de la organización de Comercio Justo importadora. En la tienda online de **IDEAS**[12] puedes encontrar la información sobre el origen y grupos productores de cada uno de los productos que distribuimos y comercializamos.

Por otro lado, los productos de Comercio Justo ya se venden en tiendas muy diversas. Desde las tiendas especializadas de las organizaciones de Comercio Justo pasando por tiendas de barrio, herbolarios, ecotiendas, tiendas gourmet, tiendas de productos locales, etc., e incluso en algunas grandes superficies y supermercados.

En las tiendas especializadas de organizaciones de Comercio Justo, además de los productos de Comercio Justo, podemos encontrarnos con otros productos que no pueden considerarse de Comercio Justo, por no contar con una certificación o por no proceder de organizaciones de Comercio Justo. Pues, como hemos mencionado anteriormente, éstas son las dos únicas vías por las que un producto puede considerarse de Comercio Justo. Pero podemos encontrar otros productos que cumplen con criterios muy alineados con los principios del Comercio Justo, como los productos de empresas y entidades de Economía Social y Solidaria, o los productos locales y de proximidad, ecológicos, de cooperativas o pequeñas empresas familiares, etc., así como también, productos elaborados o procesados por empresas de inserción o proyectos con un fuerte componente social. Se podría decir que este tipo de productos son justos porque comparten muchos de los valores del Comercio Justo, pero no pueden considerarse de Comercio Justo.

Al igual que ocurre con las organizaciones de Comercio Justo, también tenemos cómo reconocer a las empresas y entidades de Economía Social y Solidaria. Ya que, se agrupan a nivel estatal en **REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria** (compuesta por más de quinientas entidades agrupadas en redes territoriales y sectoriales). Desde REAS con otros movimientos y entidades de la economía social, se empezó a crear hace ya más de 10 años, el **Mercado Social**, un espacio donde in-

12. https://tienda.ideas.coop

terconectan todas las iniciativas que impulsan "en un circuito económico único, compartido y coherente" con los valores que defienden. A nivel local además cada mercado social ha desarrollado un catálogo con todas las entidades de **Economía Social y Solidaria** proveedoras de productos o servicios. Su oferta es de lo más diversa, desde productos de alimentación o textil, hasta alternativas de telefonía o energías limpias, pasando por todo tipo de servicios, como asesoría legal, seguros o atención psicológica. Y todo bajo los principios de la Carta Solidaria, que están muy alineados con los principios del Comercio Justo .

Las empresas y entidades que conforman el Mercado Social de cada territorio también cuentan con un sistema de auditoría para certificar los principios de la Economía Social y Solidaria. Se trata del balance social, que las entidades elaboran anualmente para acreditar el grado de cumplimiento de diferentes objetivos relacionados con los valores de la economía social y solidaria: compromiso medioambiental, no discriminación, gestión democrática, etc. Esta herramienta se construye como un instrumento de mejora para hacer las entidades más éticas y sostenibles.

Carta de principios de la Economía Solidaria

1. Principio de equidad

• Consideramos que la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.

• Una sociedad más justa es aquella en la que todas las personas se reconocen mutuamente como iguales en derechos y posibilidades, y tiene en cuenta las diferencias existentes entre las personas y los grupos. Por ello debe satisfacer de manera equitativa los intereses respectivos de todas las personas

La igualdad es un objetivo social esencial allí donde su ausencia trae consigo un déficit de dignidad. Cuando se vincula con el reconocimiento y respeto a la diferencia, lo denominamos "equidad"

2. Principio de trabajo

• Consideramos que el trabajo es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados. Por ello desde REAS situamos la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.

• Afirmamos la importancia de recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población (nuestras, de nuestro entorno inmediato y de la comunidad en general). Por eso para nosotros el trabajo es mucho más que un empleo o una ocupación.

• Constatamos que estas actividades las podemos ejercitar individual o colectivamente, y pueden ser remuneradas o no (trabajo voluntario) y la persona trabajadora pueda estar contratada o asumir la responsabilidad última de la producción de bienes o servicios (autoempleo).

• Dentro de esta dimensión social hay que destacar que sin la aportación del trabajo llevado a cabo en el ámbito del cuidado a las personas, fundamentalmente realizado por las mujeres, nuestra sociedad no podría sostenerse. Trabajo que aún no está suficientemente reconocido por la sociedad ni repartido equitativamente. diferencia, lo denominamos "equidad"

3. Principio de sostenibilidad ambiental

• Consideramos que toda nuestra actividad productiva y económica está relacionada con la naturaleza, por ello nuestra alianza con ella y el reconocimiento de sus derechos es nuestro punto de partida.
• Creemos que nuestra buena relación con la Naturaleza es una fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente.
• Queremos reducir significativamente la huella ecológica humana en todas nuestras actividades, avanzando hacia formas sostenibles y equitativas de producción y consumo, y promoviendo una ética de la suficiencia y de la austeridad.

4. Principio de cooperación

• Queremos favorecer la cooperación en lugar de la competencia, dentro y fuera de nuestras organizaciones vinculadas a la Red, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados…
• Pretendemos construir colectivamente un modelo de sociedad basándonos en el desarrollo local armónico, las relaciones comerciales justas, la igualdad, la confianza, la corresponsabilidad, la transparencia, el respeto…
• Partimos de que la Economía Solidaria está basada en una ética participativa y democrática, que quiere fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre personas y organizaciones, mediante procesos de colaboración, de toma de decisiones conjuntas, de asunción compartida de responsabilidades y deberes, que garanticen la máxima horizontalidad posible a la vez que respeten la autonomía de cada una, sin generar dependencias.
• Entendemos que estos procesos de cooperación deben extenderse a todos los ámbitos: local, regional o autonómico, estatal e internacional y deben normalmente articularse en Redes donde se vivan y se fomente esos valores …

5. Principio "sin fines lucrativos"

• El modelo económico que practicamos y perseguimos tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen.
• Esta "no – lucratividad", está íntimamente unida a nuestra forma de medir los balances de resultados, que tienen en cuenta no solo los aspectos económicos, si no también los humanos, sociales, medioambientales, culturales y participativos y el resultado final es el beneficio integral.
• Se entiende por ello que nuestras actividades destinan los posibles beneficios a la mejora o ampliación del objeto social de los proyectos así como al apoyo de otras iniciativas solidarias de interés general, participando de esta manera en la construcción de un modelo social más humano, solidario y equitativo.

6. Principio de compromiso con el entorno

• Nuestro compromiso con el entorno se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio.
• Nuestras organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.
• Entendemos esta colaboración como un camino, para que experiencias positivas y solidarias concretas puedan generar procesos de transformación de las estructuras generadoras de desigualdad, dominación y exclusión.
• Nuestro compromiso en el ámbito local nos aboca a articularnos en dimensiones más amplias para buscar soluciones más globales, interpretando la necesidad de transitar continuamente entre lo micro y lo macro, lo local y lo global.

¿Un producto local se puede considerar de Comercio Justo? ¿En España podemos encontrar productos locales o de KM 0 que sean también de Comercio Justo?

Por ahora no, pero recientemente, desde la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), se ha decidido empezar a considerar los productos locales como productos de Comercio Justo, siempre que compartan los valores y se pueda demostrar que cumplen los 10 principios del Comercio Justo. Sin embargo, hasta la fecha no se ha desarrollado el sistema de certificación, ni tampoco se ha creado un sello específico para este tipo de productos. Por lo que se puede decir que en España a día de hoy aún no podemos encontrar productos que sean considerados de Comercio Justo y que estén producidos localmente, por empresas españolas.

¿El Comercio Justo se puede considerar KM 0? ¿Hay diferencias entre Comercio Justo y KM 0? ¿Cualquier producto, solo por ser local ya es "bueno"?[13]

Según un artículo publicado en la Revista Opcions, todo lo que se produce a nivel local no es necesariamente "bueno" o justo. Por ejemplo, en España hay multitud de granjas intensivas, como es el caso de las granjas de cerdos, altamente contaminantes. Así como, plantaciones e invernaderos de cultivo intensivo de frutas y hortalizas, en los que las condiciones laborales de las personas trabajadoras dejan bastante que desear. En este sentido, ¿quizás es mejor consumir carne que venga de un poco más lejos pero que sea ecológica?, ¿o frutas y verduras ecológicas cuya procedencia conozcamos?

Así pues, además de los adjetivos "local", "de proximidad" o de KM 0, hay otros apelativos que nos gustaría que acompañaran a los productos que consumimos a diario, como por ejemplo: ecológico, de temporada, de fincas diversificadas, de ganadería o agricultura extensiva; o justo, de empresas con valores éticos y sociales, sin explotación, con condiciones laborales dignas, sin explotación infantil, con salarios iguales para hombres y mujeres, y un largo etc.

Por tanto, no se trata sólo de consumir "local, todo local y nada más que local". A no ser que no queramos consumir otros productos que en nuestras latitudes no se pueden cultivar, como té, café, azúcar de caña, cacao, etc. En el caso de este tipo de productos, el Comercio Justo nos permite conocer más sobre su origen y garantiza que se respetan las condiciones económicas o laborales de las personas productoras; nos proporciona, por tanto, "esta otra proximidad".

13. Revista Opcions. "Consumo y estilos de vida transformadores" de proximid. Nº 46 pag,13 (2014).

3. Prácticas comerciales justas: ¿cómo se garantiza que se cumplen los principios del Comercio Justo?

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

- Meta 12.7. Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales

ODS 17. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

- Meta 12.7. Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales
- Meta 17.11. Promover un sistema de comercio internacional equitativo

¿Cómo se garantiza que se cumplen los principios del Comercio Justo? ¿Qué criterios se valoran para certificar un producto de Comercio Justo?

Un ejemplo vale más que mil palabras[14]: El Símbolo de Pequeños Productores (SPP) es uno de los sellos de Comercio Justo avalados por la Organización Mundial del Comercio Justo. Con un significado muy especial, encierra en él la esencia misma de este movimiento, ya que, en las últimas décadas, el Comercio Justo se ha convertido en un aliado clave para las organizaciones de pequeños/as productores/as para generar organizaciones socioeconómicas viables con un amplio impacto en su entorno local y regional, para suplir las enormes carencias en servicios públicos en sus comunidades, en los servicios básicos, la salud y la educación.

El Sello SPP, creado en 2006 por la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo)[15]

14. IDEAS: https://ideas.coop/spp-el-sello-que-distingue-a-los-pequenos-productores-de-comercio-justo/
15. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo: http://clac-comerciojusto.org

es una iniciativa que surge desde estas comunidades productoras del Sur para identificarse en el mercado local e internacional y poder competir con grandes corporaciones. A diferencia de otros sellos, son los propios grupos productores los que se organizan y buscan fortalecer sus economías locales y crear un mercado y un mundo diferentes basados en valores y principios justos y solidarios.

"Se trata del único sello de certificación que nace enteramente de los mismos productores y productoras. Es por lo tanto una propuesta de relación directa productor-consumidor que llega desde el Sur, y no una propuesta impuesta desde el Norte".

Frente a la competencia con las grandes plantaciones y corporaciones transnacionales, el símbolo SPP da cobijo a pequeñas familias productoras de multitud de países para fortalecer las economías locales mediante la producción y comercialización de productos. El SPP considera como pequeño productor, como norma general, a aquellas organizaciones en las que el 85% de sus miembros tengan un área de producción inferior a 15 hectáreas, y el resto, un máximo de 30. Luego se establecen criterios específicos según producto. El sello SPP distingue a pequeños/as productores/as que se representan a sí mismos.

¿Dónde se encuentran los productores/as que pertenecen a SPP?

En un principio, el Símbolo fue abierto para las Organizaciones de pequeños productores y productoras de todos los países de América Latina y del Caribe. Posteriormente fue ampliado a Organizaciones de pequeños/as productores/as de África y Asia y se limita a países en vías de desarrollo, aunque cualquier grupo puede solicitar su participación.

Hoy el SPP cuenta con 100.000 familias que trabajan en las 114 organizaciones de pequeños/as productores/as de América Latina (República Dominicana, Nicaragua, Costa

Rica, Bolivia, Perú, El Salvador, Haití, México, Ecuador, Guatemala, Honduras, Paraguay, Colombia, Brasil) pero también de África (Burkina Faso, Guinea, R.D. Congo, Madagascar, Túnez, Etiopía) y Asia (India, Indonesia, Camboya).

La variedad de productos es cada vez mayor, existen alrededor de 30 productos diferentes: café, cacao, frutas, artesanía, especias, quinoa, dátiles, etc., y la oferta crece día tras día. El cacao y el café son los dos productos que más están aumentando con esta certificación. Porque cada vez cuenta con más productores y productoras en Asia y África.

Algunos testimonios

"A nosotros no nos representa nadie, somos nosotros mismos los dueños de los productos, tratando de ayudar a los grupos productores para que los consumidores los conozcan. Es una fuerza conjunta que surge de esa necesidad de defender nuestro espacio en el mercado. Un mercado cada vez más globalizado en el que tenemos grandes dificultades para competir. Tenemos diferencias muy grandes para competir en igualdad con las grandes empresas que, a menudo, utilizan grandes campañas de publicidad para confundir al consumidor. Es muy importante formar a los consumidores para que comprendan los valores del Comercio Justo. "

"El sello surge como un paso lógico para atender a las necesidades de los productores/as. Las diferentes organizaciones productoras hemos venido desarrollado muchos servicios: desde el crédito a la formación o certificación ecológica. Cada vez había más necesidad de reunirse y debatir sobre el movimiento del Comercio Justo. El siguiente paso era crear un sello propio de las organizaciones de productores. Un paso necesario para tener un espacio propio en el mercado, sin paternidad. El SPP nace para asegurar la identidad propia de los productores/as, de sus propios valores. Dentro del Comercio Justo hay variedad de modelos, hay empresas privadas, hay productores/as individuales, hay productores grandes, hay plantaciones… Nuestra filosofía implica por ejemplo poner un precio mínimo a los productos, de hecho ahora estamos revisando el precio mínimo del azúcar."

" Para calcular el precio mínimo se parte de los costes de producción de las organizaciones, para que se pueda recuperar un margen normal de ganancia para solventar sus necesidades. Es un proceso de construcción participativo, y se hace entre diferentes países para evitar una competencia en el precio. En el SPP no se negocia el precio, no se pueden negociar los costes de producción."

4. Pago justo: ¿cómo se construye el precio de un producto de Comercio Justo?

ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

- Meta 2.3. Duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores
- Meta 2.4. Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas y, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático

La situación mundial del comercio del café en cifras[16]:

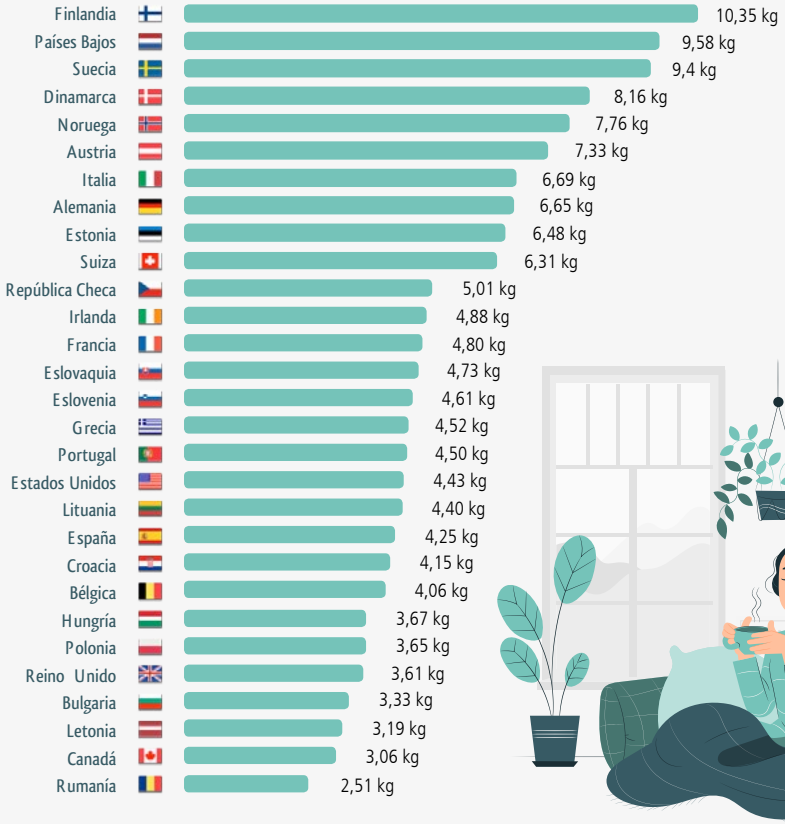
El caso del café ejemplifica de forma clara el funcionamiento del mercado global y las injustas reglas que operan en él y que consolidan la pobreza y la desigualdad mundiales. Su importancia, en términos económicos, es además muy destacada. Con un mercado que genera unos 200.000 millones de dólares anuales, constituye el segundo producto agrícola en volumen comercial, solo superado por el petróleo. Conocer los aspectos básicos de esta industria y sus impactos en el medio ambiente y en los más de 25 millones de personas que lo cultivan nos aporta claves fundamentales para entender una de las causas de la compleja realidad de la pobreza.

Por tanto, no es una casualidad que el café sea uno de los productos emblemáticos de la alternativa que representa el Comercio Justo, que desde su origen en los años 60 viene reclamando cambios en el comercio internacional que permitan vivir con dignidad a quienes producen una gran parte de los alimentos que consumimos.

16. CECJ: Cuaderno de Comercio Justo. Café: La historia de un éxito que oculta una crisis. Estudio de sostenibilidad de la cadena productiva del café. Número 11_Junio 2019

En esta cadena, basada en el oligopolio, los últimos eslabones se caracterizan por la concentración, tanto de empresas como de poder, mientras que el primer eslabón, formado por quienes cultivan el café, constituye el sector más vulnerable, con menor capacidad de negociación y expuesto a decisiones y condiciones que no puede controlar. Además de los efectos del cambio climático en la tierra dedicada a las plantaciones de café, se generan unas consecuencias que también sufren en primera persona los agricultores y agricultoras para quienes la tierra no solo es su medio de trabajo sino también su entorno vital.

CONSUMO DE CAFÉ POR PERSONA EN EUROPA Y AMÉRICA DEL NORTE EN 2017
PAÍSES EN LOS QUE SE BEBE MÁS CAFÉ



*Consumo de café por persona al año

Y ante esta situación, ¿cómo contribuye el Comercio Justo pagando un precio justo a las personas productoras? El caso del café[17].

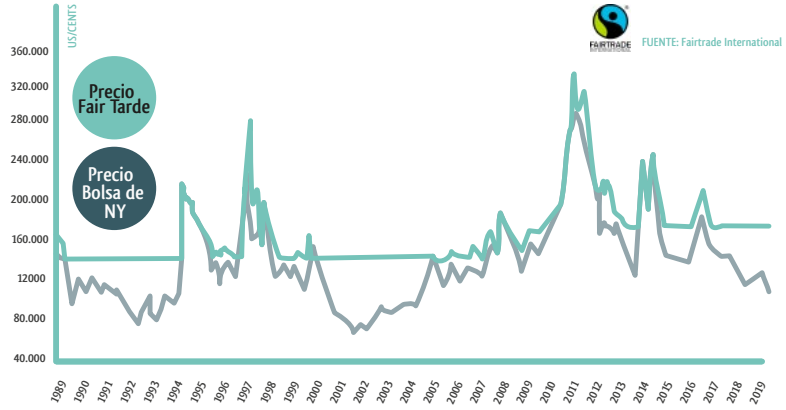
El café es el producto de Comercio Justo que tiene una procedencia más amplia. En nuestro país podemos encontrar café de Comercio Justo cultivado en 13 países por 31 organizaciones productoras. Ello favorece que su impacto quede más repartido. Por regiones, el café que mayoritariamente comercializamos en la red de Comercio Justo de nuestro país procede de América Latina. Sin embargo, entre los 5 principales países que surten a nuestro mercado se encuentran Uganda y Etiopía.

Por ejemplo, en Perú, el 25% de las exportaciones totales de café en 2016 fueron de Comercio Justo certificado por Fairtrade, cultivado por cerca de 45.000 productores y productoras. Esto ha permitido consolidar el modelo agroforestal tradicional y rentabilizar la transición a la agricultura orgánica.

En Colombia, hay 67.000 personas asociadas a las cooperativas de Comercio Justo certificadas por Fairtrade. En este país el Comercio Justo ha favorecido que los productores y productoras más aislados pudieran organizarse en cooperativas, y gracias a ello aumentar sus ingresos y favorecer un modelo de cultivo orgánico que constituye una alternativa a las consecuencias del cambio climático.

En Etiopía, un 29% de las cooperativas cafetaleras contaba con la certificación de Comercio Justo Fairtrade. Su participación en esta red ha facilitado la creación de un capital colectivo y la inversión en infraestructuras comunitarias de educación y sanidad. Además, ha permitido la conservación de sus métodos tradicionales de producción que garantizan el cuidado de la tierra.

COMPARATIVA DE PRECIOS DEL CAFÉ DE COMERCIO JUSTO Y EL CAFÉ CONVENCIONAL



17. Informe "El Comercio Justo en España 2018". Coordinadora Estatal de Comercio Justo http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Comercio-Justo-2018-def-pdf.pdf

Un ejemplo vale más que mil palabras: SOL & CAFÉ

SOL & CAFÉ es una cooperativa de pequeños/as productores/as de Cajamarca (Perú), que tiene como finalidad contribuir al desarrollo integral de las personas socias, sus familias y comunidades priorizando la ejecución de actividades agropecuarias, actuando con responsabilidad social, preservando el medio ambiente y con una nueva visión del desarrollo sostenible. En total, agrupa a más de 1160 socios y socias.

Esta cooperativa pertenece a otra cooperativa de segundo grado llamada Norandino. Desde su creación, Norandino ha apoyado las iniciativas de muchos agricultores en las diversas regiones del Perú, especialmente con la asistencia para acceder a los mercados internacionales. Vienen impulsando el desarrollo del mercado local, con la marca Norandino, para sus productos como café tostado molido, panela granulada y mermeladas de frutas tropicales.

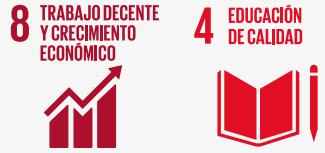
A nivel local, los municipios de la región de Piura apoyan el proyecto proporcionando técnicos agrícolas y con frecuencia han contribuido a cofinanciar infraestructuras para el secado del café, proyectos de infraestructura vial y rehabilitación de sistemas de riego, etc. A nivel nacional, Norandino forma parte de la Junta del Café de Perú, que reúne a las cooperativas, y del Consejo Nacional del Café, donde están representadas organizaciones campesinas, empresas del sector privado y el Estado. A través de estos espacios, Norandino apoya la agricultura campesina, donde ha logrado, por ejemplo, el mantenimiento de ciertas exenciones de impuestos para pequeños grupos productores.

5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso: el caso de Laura López, de la cooperativa Manduvirá (Paraguay)

La situación mundial del trabajo infantil[18]

Según UNICEF, se calcula que cerca de 152 millones de niños y niñas son víctimas del trabajo infantil. Casi la mitad (poco menos de 73 millones) ejercen alguna de las peores formas de trabajo infantil, como la esclavitud, la trata, el trabajo forzoso o el reclutamiento para conflictos armados.

Estos niños y niñas se encuentran en todas partes, pero son invisibles; trabajan como sirvientes domésticos en casas, están ocultos tras las paredes de talleres y maquilas o se encuentran fuera de la vista del público en plantaciones. La gran mayoría de los niños y niñas que trabajan lo hacen en el sector agrícola.



ODS 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

- Meta 8.5. Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor
- Meta 8.7. Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas

ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos/as

- Meta 4.1. Asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad

18. UNICEF https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil

El trabajo infantil se concentra en primer lugar en la agricultura (71%), que incluye la pesca, la silvicultura, la ganadería y la acuicultura, y comprende tanto la agricultura de subsistencia como la comercial. El 17% de los/as niños/as en situación de trabajo infantil trabaja en el sector de servicios y el 12% en el sector industrial, en particular la minería.

En el caso concreto del cacao, UNICEF estima que hay alrededor de 200.000 niños/as esclavos/as trabajando para la industria del cacao en África occidental. Esta región abarca el 70% de la producción mundial de cacao, donde Costa de Marfil es el principal productor.

El Informe Tulane 2015[19] sobre las peores formas de trabajo infantil en la producción de cacao demostró que, a pesar de más de una década de esfuerzos, el trabajo infantil aún está muy extendido. Aunque se ha producido una ligera disminución relativa del trabajo infantil, un aumento en la producción de cacao ha supuesto un incremento en las cifras absolutas de niños/as trabajadores/as, que se eleva a 2,1 millones de niños/as solo en África occidental. Estas cifras muestran que aún estamos muy lejos de alcanzar el objetivo de la eliminación del trabajo infantil y cumplir los compromisos de una reducción del 70% del trabajo infantil para 2020.

EL TRABAJO INFANTIL EN CIFRAS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO - OIT[20]

En todo el mundo, **218 millones de niños y niñas de entre 5 y 17 años** están ocupados en la producción económica. Entre ellos, **152 millones son víctimas del trabajo infantil**, y casi la mitad, 73 millones, están en situación de trabajo infantil peligroso.

Casi la mitad de los 152 millones de niños/as 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.**

Casi la mitad del trabajo infantil (72 millones) se concentra en **África**, 62 millones en **Asia y el Pacífico,** 10,7 millones en las **Américas**, 1,1 millones en los **Estados Árabes**, y 5,5 millones en **Europa y Asia Central.**

En términos de **prevalencia,** 1 de cada 5 niños/as de África (19,6 %) están en situación de trabajo infantil, mientras que en otras regiones la prevalencia oscila entre el 3 % y 7 %: 2,9 % en los Estados Árabes (1 de cada 35 niños/as); 4,1 % en Europa y Asia Central (1 de cada 25); 5,3 % en las Américas (1 de cada 19); y 7,4 % en la región de Asia y el Pacífico (1 de cada 14).

La prevalencia del trabajo infantil peligroso es mayor en los niños y niñas de entre 15 y 17 años. Con todo, una cuarta parte de los/as niños/as ocupados/as en el trabajo infantil peligroso (19 millones) son menores de 12 años.

De los 152 millones de niños/as en situación de trabajo infantil, 88 **millones son varones y 64 millones son niñas.**

Los niños varones representan el 58 % del total de ambos sexos en situación de trabajo infantil, y el 62 % del total de ambos sexos que realizan trabajo peligroso. Se observa que los niños corren más riesgos que las niñas de verse involucrados en el trabajo infantil, pero esta apreciación puede deberse a que **el trabajo de las niñas no siempre se declara, especialmente en el caso del trabajo infantil doméstico.**

19. Cocoa Barometer 2018: https://www.voicenetwork.eu/wp-content/uploads/2019/07/2018-Cocoa-Barometer-Executive-Summary.pdf
20. OIT Estimación mundial sobre el trabajo infantil: Resultados y tendencias, 2012-2016 , Ginebra, septiembre de 2017.

¿Qué se entiende por tareas infantiles?[21]

Según UNICEF, la participación de los niños, las niñas y los/as adolescentes en un trabajo –una actividad económica– que no afecte de manera negativa su salud y su desarrollo no interfiera con su educación, es a menudo positiva. La Convención No.138 de la OIT permite cualquier tipo de trabajo ligero (que no interfiera con la educación) a partir de los 12 años.

¿Qué se entiende por trabajo infantil?

El trabajo infantil es un concepto más limitado que se refiere a los niños/as que trabajan en contravención de las normas de la OIT que aparecen en las Convenciones 138 y 182. Esto incluye a todos los/as niños/as menores de 12 años que trabajan en cualquier actividad económica, así como a los/las que tienen de 12 a 14 años y tienen un trabajo más que ligero, y a los niños y las niñas sometidos a las peores formas de trabajo infantil, como son la prostitución y trata, la esclavitud o el reclutamiento forzado, entre otras.

Ante esta realidad, ¿cómo contribuye el Comercio Justo para acabar con el trabajo infantil?

- Suscribe y defiende las convenciones de Naciones Unidas y la OIT sobre derechos de la infancia y derechos laborales.
- A través de las diversas certificaciones de Comercio Justo se monitorea y se garantiza que no hay explotación laboral, ni explotación infantil.
- El pago de un precio justo permite que las familias puedan llevar a sus hijos e hijas a la escuela, incluso que puedan hacer frente a los gastos que suponen los estudios superiores.
- La prima de Comercio Justo se invierte en proyectos educativos en las comunidades.

21. UNICEF: https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil

Un ejemplo vale más que mil palabras: Laura López, Manduvirá

Laura López, hija y nieta de productores/as de azúcar de caña orgánico de la cooperativa Manduvirá (Paraguay). Tras muchas batallas, la cooperativa azucarera Manduvirá se ha convertido hoy el en centro de la vida pública de toda la comunidad de Arroyos y Esteros. Con una población de unos 20.000 habitantes, la azucarera da trabajo a más de un 60% de las familias, donde muchos de sus miembros son socias y socios directos. El trabajo que realiza Manduvirá no se limita a comprar la caña de sus productores y productoras a un precio superior, sino que ofrece multitud de servicios a la comunidad, gracias en parte a la prima que obtienen del Comercio Justo y al compromiso y visión de la gerencia. Laura López es una joven trabajadora de la cooperativa. Esta técnica medioambiental es, a su vez, hija y nieta de socios productores de azúcar y sus intereses profesionales y personales están muy comprometidos con la ética laboral, los valores y la solidaridad. Laura, como muchos/as jóvenes de Arroyos y Esteros, ha vivido en su propia piel cómo el Comercio Justo ha cambiado su vidas: ha podido ir a la universidad y obtener un empleo técnico en la cooperativa fundada por sus abuelos, ha evitado la migración y ha contribuido también a ofrecer una vida mejor a su hija, de tan solo 1 año de edad.

6 NO A LA DISCRIMINACIÓN IGUALDAD DE GÉNERO, LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

6. No a la discriminación e igualdad de género: el Comercio Justo comparte valores con la economía feminista y el ecofeminismo

5 IGUALDAD DE GÉNERO

ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

- Meta 5.5. Igualdad de oportunidades de liderazgo y participación plena y efectiva de las mujeres en la toma de decisiones en el ámbito económico
- Meta 5.7. Acceso al control de tierras de las mujeres en condiciones de igualdad

La situación de las desigualdades de género a nivel mundial en cifras[22]:

- A nivel mundial, 750 millones de mujeres y niñas se casaron antes de los 18 años y al menos 200 millones de mujeres y niñas en 30 países fueron sometidas a la mutilación genital femenina.
- Una de cada cinco mujeres y niñas, incluido el 19% de las mujeres y las niñas de 15 a 49 años, ha sufrido violencia física y/o sexual por parte de una pareja íntima, durante los últimos 12 meses. Sin embargo, en 49 países no existen leyes que protejan específicamente a las mujeres contra tal violencia.
- Si bien en cierto que las mujeres han logrado importantes avances en la toma de cargos políticos en todo el mundo, su representación en los parlamentos nacionales (23,7%) aún está lejos de la paridad.
- A nivel mundial, las mujeres que poseen tierras agrícolas son solo el 13%.

22. Naciones Unidas: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/

Según Naciones Unidas, la igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Si se facilita la igualdad a las mujeres y niñas en el acceso a la educación, a la atención médica, a un trabajo decente y una representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas, se estarán impulsando las economías sostenibles, y las sociedades y la humanidad en su conjunto se beneficiarán al mismo tiempo.

Y ante esta situación, ¿cómo contribuye el Comercio Justo a la igualdad de género?

El movimiento de Comercio Justo apuesta decididamente por acciones encaminadas a producir cambios estructurales en las comunidades con las que trabaja. Y entiende que dichos cambios deben ir de la mano del apoyo a iniciativas que buscan promover la equidad de género. En este sentido, no se limita a comprobar que las prácticas comerciales de las organizaciones de Comercio Justo benefician de igual manera a hombres y mujeres, sino que busca que sean éstas – las mujeres – quienes, mediante su liderazgo y participación en los procesos democráticos de las cooperativas de las que forman parte como socias, identifiquen y propongan las prácticas más adecuadas para responder a sus necesidades específicas y sus intereses.

Pero no se trata solo de garantizar condiciones laborales equitativas entre hombres y mujeres, como pagar igual salario por el mismo trabajo, buscar la paridad o favorecer que las mujeres accedan a puestos de responsabilidad y participen en los procesos de toma de decisiones de las cooperativas. Se trata también de incidir a nivel social y comunitario para reducir las desigualdades de género en todas las esferas de la vida, promoviendo la corresponsabilidad en los cuidados.

El Comercio Justo comparte los valores que defienden las teorías del ecofeminismo y la economía feminista, y pone el énfasis en las relaciones sociales que se producen en el mercado, visibilizando los cuidados, entendidos como procesos necesarios para la sostenibilidad de la vida, ya que sin la gestión y el mantenimiento cotidiano de los cuerpos, no habría mercado, ni desarrollo económico. Habitualmente este tipo de tareas recae sobre las mujeres y están invisibilizadas. En este sentido, se propone recuperar la centralidad de las personas y del cuidado de la vida en las relaciones económicas, ya que el Comercio Justo comparte el principio del ecofeminismo de que las personas somos "ecodependientes" e "interdependientes".

Yayo Herrero[23], es antropóloga, ingeniera, profesora y activista ecofeminista española. Es una de las investigadoras más influyentes en el ámbito ecofeminista y ecosocialista a nivel europeo.

"El pensamiento occidental se ha desarrollado ignorando las bases materiales que sostienen la vida y alimentando el mito de una pretendida individualidad de cada persona con respecto a las demás, y de todas ellas con respecto a la naturaleza. Sin embargo, las personas dependemos insoslayablemente de la capacidad regenerativa de la tierra y del tiempo que otras personas nos dedican. Somos seres radicalmente ecodependientes y pensar la vida humana y la economía al margen de la naturaleza es simplemente una quimera. Las relaciones de ecodependencia nos llevan de forma directa a tomar conciencia de la naturaleza limitada de la biosfera."

"Somos seres inmanentes y finitos que vivimos encarnados en cuerpos vulnerables. La inmanencia obliga a pensar en la interdependencia. Durante toda la vida, pero sobre todo en algunos momentos del ciclo vital – primera infancia, la vejez, los momentos de enfermedad o toda la vida para las personas con discapacidades o enfermedades graves- las personas no podríamos sobrevivir si no fuese porque otras dedican tiempo y energía al cuidado de nuestros cuerpos."

"En las sociedades patriarcales, quienes se han ocupado mayoritariamente del trabajo de atención y cuidado de los cuerpos vulnerables, son mayoritariamente las mujeres, no porque estén esencialmente mejor constituidas para ello, sino porque ése es el rol que impone la división sexual del trabajo. Y realizan este trabajo en el espacio privado e invisible de los hogares, regido por la lógica de la institución familia"

23. Artículo "Vivir y trabajar en un mundo justo y sostenible" (Yayo Herrero, Octubre 2019)

¿Qué pueden aportar las mujeres a la construcción de una sociedad centrada en el mantenimiento de la vida?

Un ejemplo vale más que mil palabras: Merlín Prezza[24], gerente de Prodecoop y productora de café

Merlín ha sido presidenta de la CLAC y actualmente es vicepresidenta. Además, es la presidenta de la coordinadora nicaragüense de Comercio Justo y forma parte de la junta directiva de Fairtrade Internacional.

"Así dicho parece medio sencillo pero ha sido toda una carrera trabajando en función de los intereses de los pequeños/as productores/as en los distintos ámbitos. Y, claro, se tiene que lidiar con lo que decimos siempre en temas de equidad de género, con tener una familia. Yo tengo 4 hijos y 7 nietos. En nuestros países eso es más fácil si tienes el apoyo de tu familia y yo lo he tenido."

"En aspectos concretos, por ejemplo en mi cooperativa, además de implementar en general la política de genero con seriedad, porque es transversal y es un eje central de nuestro trabajo, también trabajamos proyectos de salud, por ejemplo, de prevención de cáncer cervicouterino, y de atención a la mujer, porque son cosas que se descuidan. Podemos decir 'vamos a producir café, qué bonito', pero hay mujeres que mueren por estas enfermedades y debemos trabajar en esto."

"Tenemos también un fondo de tierra para mujeres que no tienen tierra y contamos con lideresas de campo, como Alexa Marín que es una compañera que trabaja en su parcela. Ella es madre soltera, ella ha sido lideresa de su organización y miembro de nuestra junta directiva. Ella trabaja un café especial y lo vende como café especial con un comprador en Estados Unidos."

24. Información extraída de la entrevista realizada a Merlín Prezza por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo: http://comerciojusto.org/tenemos-muchos-ejemplos-de-mujeres-que-demuestran-que-si-se-puede/

7 BUENAS CONDICIONES DE TRABAJO

7. Buenas condiciones de trabajo: cómo se garantizan. Testimonios de personas trabajadoras y productoras de Comercio Justo

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

ODS 18. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

- **Meta 8.8.** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios

La situación mundial de precariedad laboral en cifras[25]:

Según Naciones Unidas, aproximadamente la mitad de la población mundial todavía vive con el equivalente a unos 2 dólares estadounidenses diarios, con una tasa mundial de desempleo del 5,7%, y en muchos lugares el hecho de tener un empleo no garantiza la capacidad para escapar de la pobreza.

61%

En todo el mundo, en 2016 el 61 % de los trabajadores tenía un **empleo no regulado.**

23%

Los hombres ganan el 12,5 % más que las mujeres en 40 de los 45 países de los que se tienen datos.

La **brecha salarial de género** en todo el mundo se sitúa en el 23% y, si no se toman medidas, se necesitarán otros 68 años para lograr la igualdad salarial.

5,4%

En 2019, la **tasa mundial de desempleo** se situaba en el 5,4 %, frente al 6,4 % del año 2000.

A pesar de su creciente presencia en la vida pública, las mujeres se siguen haciendo cargo **2,6 veces más del cuidado de personas no remunerado** y del trabajo doméstico que los hombres.

25. UN website: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/

Y ante esta situación, ¿cómo contribuye el Comercio Justo con el trabajo decente?

Según se recoge en la Carta Internacional de Comercio Justo[26], que enmarca los principales compromisos del movimiento de Comercio Justo y que fue renovada en 2018, todas las personas deben poder vivir con dignidad a partir de los ingresos generados por su trabajo. El Comercio Justo promueve el respeto de las normas locales o convenciones internacionales sobre libertad sindical y negociación colectiva, la eliminación de la discriminación, evitar el trabajo forzado y proporcionar un ambiente de trabajo seguro y saludable. Más allá de esto, las Organizaciones de Comercio Justo trabajan para lograr un salario digno para los/las trabajadores/as de sus cadenas de suministro y para asegurar ingresos dignos a los/as pequeños/ as agricultores/as y artesanos/as.

Así pues, el movimiento de Comercio Justo promueve y garantiza unas condiciones de producción que cumplan con los ocho convenios fundamentales estipulados por la OIT. Dichos convenios desarrollan cuatro áreas principales, relativas a las condiciones laborales: la libertad de asociación y la libertad sindical; la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso; la abolición del trabajo infantil; y la eliminación de la discriminación de cualquier índole en materia de empleo. Pero no se trata solo de cumplir con dichos convenios. El compromiso del Comercio Justo intenta ir más allá, generando dinámicas de participación en las que sean los y las trabajadoras quienes tengan cada vez más poder de decisión sobre sus propias condiciones de trabajo y de producción.

En este sentido, el movimiento de Comercio Justo promueve y prioriza un modelo de trabajo asociado en forma de cooperativas. Y está muy alineado con el tipo de empresas y entidades que se enmarcan en la Economía Social y Solidaria.

26. Carta Internacional del Comercio Justo, 2018.

Un ejemplo vale más que mil palabras: Gloria Sagñay, de la comunidad Cumandá El Molino en Chimborazo[27]

Esta comunidad ecuatoriana produce quinoa de manera orgánica y la comercializa a través de los canales del Comercio Justo. En Ecuador reciben el apoyo de Maquita[28], a través de proyectos de cooperación en colaboración con IDEAS, entre otras organizaciones.

"Gracias al Comercio Justo, recibimos un precio justo por nuestra producción y podemos guardar una parte de la misma para autoconsumo. Además, hemos diversificado la producción y también cultivamos hortalizas para alimentar a nuestras familias y vender los excedentes en el mercado local".

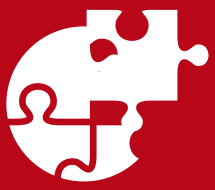
"Nosotras tenemos compromiso de cuidar nuestra madre tierra, no contaminamos. Cuidamos de nuestra salud y de la de los consumidores. Es un producto misk'i mikhuy (suculento)".

A juicio de Sagñay, una de las mayores ventajas de participar en la red de Comercio Justo es poder conservar la cultura y las tradiciones de sus antepasados. Entre ellas, está el rito sagrado para celebrar la cosecha, que comienza en julio y dura hasta septiembre. Durante estos días beben chicha de quinoa (bebida típica de la zona) y entonan con fuerza sus cantos tradicionales.

27. Información extraída de la entrevista a Gloria Sagñay en Eldiario.es: https://www.eldiario.es/desalambre/campesinas-dijeron-producir-quinoa-alimento_0_769923968.html

28. https://maquita.com.ec

8 DESARROLLO DE CAPACIDADES



8. Desarrollo de capacidades: los proyectos de cooperación. ¿Cómo se fortalecen las capacidades de los grupos productores para mejorar su producción y sus vidas?

Las organizaciones de Comercio Justo establecen una relación directa con los grupos productores y les apoyan a través de proyectos de cooperación internacional. Estos proyectos tienen un objetivo fundamental: aumentar las capacidades de los grupos productores para mejorar su producción y, por ende, sus vidas, ofreciendo formación para mejorar la gestión de sus cooperativas y los procesos de producción. También llevan a cabo una labor de acompañamiento para mejorar su producto y ampliar sus mercados, o adaptar su producción para cumplir con los estándares internacionales de producción ecológica y de Comercio Justo para optar a las correspondientes certificaciones.

1 FIN DE LA POBREZA

2 HAMBRE CERO

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

ODS 1. Fin de la pobreza

- Meta 1.a. Garantizar una movilización importante de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminadas a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones

ODS 2. Hambre Cero

- Meta 2.4. Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad

ODS 10. Reducción de las desigualdades.

- Meta 10.3. Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto

Según se recoge en la Carta Internacional de Comercio Justo[29], se puede decir que las organizaciones de Comercio Justo aplican los valores y principios del Comercio Justo en los contratos y transacciones comerciales, poniendo en el centro de su trabajo las relaciones humanas en lugar de la maximización de beneficios. Las condiciones comerciales ofrecidas por las entidades compradoras de Comercio Justo buscan que las personas productoras y trabajadoras puedan mantener un medio de vida sostenible, que satisfaga sus necesidades cotidianas de bienestar económico, social y ambiental, y que permita mejorar las condiciones a lo largo del tiempo. Existe un compromiso de una relación comercial a largo plazo que permite a ambas partes cooperar y crecer a través del intercambio de información y de planificación conjunta.

En general, el movimiento de Comercio Justo tiene como objetivo crear un ambiente en el cual las políticas del sector público y privado apoyen la sostenibilidad económica, social y ambiental del comercio para que los/las pequeños/as productores/as y trabajadores/as puedan lograr medios de vida sostenibles ejerciendo sus derechos y libertades, y ganándose ingresos dignos a través de negocios viables y resilientes.

El movimiento de Comercio Justo entiende que el comercio es más que una actividad económica sobre el intercambio de bienes y servicios, es una interacción social entre las personas. El Comercio Justo apunta a fortalecer el capital social al asociarse con organizaciones inclusivas y democráticas que están activas en el apoyo a la educación, la salud y los servicios sociales dentro de sus comunidades, como una manera de difundir los beneficios del comercio lo más ampliamente posible.

Las asociaciones o cooperativas de empresas pequeñas y familiares siempre han estado

29. Carta Internacional de Comercio Justo, 2018.

en el corazón del Comercio Justo debido a su papel de ayudar a los productores/as y trabajadores/as en situación de desventaja a mejorar su acceso a los mercados. Las organizaciones de Comercio Justo apoyan los esfuerzos de las asociaciones y cooperativas para fortalecer su capacidad para administrar negocios exitosos, desarrollar capacidades de producción y fortalecer el acceso a los mercados.

Los impactos positivos del Comercio Justo:

Más de 4.000 organizaciones de base, que representan a más de dos millones y medio de productores y productoras a pequeña escala, trabajadores y trabajadoras en más de 70 países, trabajan con World Fair Trade Organization o con Fairtrade International. Sus productos se venden en miles de tiendas del mundo o tiendas de Comercio Justo, supermercados y muchos otros puntos de venta en todo el mundo.

Beneficios del Comercio Justo

Aumento de los ingresos y/o seguridad de mejores ingresos para los/as productores/as.

Empoderamiento de las personas agricultoras y trabajadoras mediante el fortalecimiento de la democracia en las organizaciones productoras y el fortalecimiento de sus voces en las cadenas de suministro.

Aumento de la participación de las mujeres en la actividad económica y en la toma de decisiones.

Medidas para la protección del medio ambiente y lucha contra el cambio climático.

Un ejemplo vale más que mil palabras: Palestina

Desde 2014, IDEAS apoya el desarrollo de capacidades productivas de mujeres rurales palestinas

"Empezamos con una consultoría de apoyo a grupos de mujeres productoras de cous cous, zaatar, tomate seco o aceite de oliva, entre otros productos. De esta cooperación, surgen varios encuentros con miembros de PARC y mujeres productoras y a partir de aquí se crea una estrecha colaboración".

"Es entonces cuando decidimos dar un paso más en el apoyo a las comunidades rurales de Palestina a través de la presentación de proyectos de cooperación para lograr un mayor desarrollo de las capacidades de estas mujeres para aumentar sus ingresos, fortalecer sus medios de vida y empoderarse en sus comunidades. En enero de 2017 dio comienzo el proyecto Fortalecimiento socioeconómico de mujeres rurales en Khirbet Sir (Cisjordania, Palestina), que tiene como objetivo el impulso de la igualdad de género y el fortalecimiento socioeconómico de las mujeres campesinas de Khirbet Sir. Con esta iniciativa, se pretendía lograr la mejora de su seguridad alimentaria y su nivel de ingresos, a través de la construcción de dos invernaderos y el desarrollo de las capacidades que les permitirían mejorar la cadena productiva y comercial en la elaboración de alimentos frescos, como verduras y hierbas aromáticas para autoconsumo y para la comercialización en los mercados locales e internacionales".

"A día de hoy, los dos invernaderos ya están construidos y funcionando a pleno rendimiento, incluso se ha mejorado el sistema de irrigación para ahorrar agua. Y se han desarrollado formaciones dirigidas a un grupo de mujeres productoras sobre producción ecológica y derechos de las mujeres, así como asistencia técnica para el fortalecimiento de la cadena comercial, para la producción y distribución del tomillo y sus derivados, tanto en el mercado nacional como en el internacional, especialmente en las redes de Comercio Justo".

9 PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO

Promoción del Comercio Justo[30]: ¿quién hay detrás? Productos con rostro

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

- Meta 12.8.Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza

El Comercio Justo no se limita a la compra y venta de productos. La comercialización es solo una de las tres áreas de acción de este movimiento social internacional, que se complementa con la movilización social, por un lado, y la incidencia política, por otro. Por sí sola la comercialización no cumpliría los objetivos del Comercio Justo. Es necesario también avanzar en la sensibilización de la sociedad en su conjunto, y con grupos de intereses diferenciados (jóvenes y estudiantes, empresas, administraciones públicas, consumidores y consumidoras, etc.) con el fin de lograr una ciudadanía comprometida que sea consciente de la desigualdad global, de la pobreza en la que viven más de 800 millones de personas y sus causas.

Por otro lado, también resulta esencial continuar con el trabajo de incidencia política con el fin de lograr los cambios necesarios en los acuerdos comerciales entre países y la legislación internacional del comercio, que a menudo generan un impacto muy negativo en las comunidades productoras más vulnerables. De hecho, todo ello constituye la finalidad última del Comercio Justo.

Así, el principio número 9 de la Carta Internacional del movimiento del Comercio Justo se refiere especialmente a ello, y señala, entre otros aspectos que "la organización trabaja para crear conciencia sobre los objetivos del Comercio Justo y la necesidad de una mayor justicia global".

En nuestro país, una mayoría de las actividades van destinadas a la sensibilización de la ciudadanía. En particular, el ámbito educativo es uno de los prioritarios. Y así, tanto el profesorado como los y las estudiantes son los principales públicos a los que se dirige una parte importante del trabajo de concienciación social. Las organizaciones

30.Informe "El Comercio Justo en España", 2018. Coordinadora Estatal de Comercio Justo.

buscan así sentar unas bases sólidas para una ciudadanía comprometida y crítica.

En líneas generales, la actividad que realizamos las organizaciones que formamos parte de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo en este ámbito se caracteriza por ser un trabajo muy centrado en el territorio (barrio, comarca, localidad) en el que se encuentran las organizaciones o tiendas, y en numerosas ocasiones muy apegado a las características y formas de vida de dicho territorio. Ello permite un tipo de trabajo muy cercano, una relación "de tú a tú" con las personas a las que se dirigen, lo que facilita que el Comercio Justo llegue a muchas localidades y territorios. Y tienen como objetivo fundamental "ponerle rostro a nuestro consumo", estrechando los vínculos entre personas consumidoras y productoras.

Pero además, estas iniciativas se complementan con otro tipo de acciones que buscan llegar a un público más extenso, como en el caso del trabajo con medios de comunicación y de las campañas de denuncia o incidencia política desarrolladas a través de redes sociales e Internet, que buscan el apoyo de la ciudadanía para conseguir medidas concretas. Un trabajo que, al margen de los logros que se puedan conseguir en cuanto a las peticiones solicitadas, sirve también como elemento de sensibilización y difusión de las prácticas injustas del comercio convencional y sus consecuencias.

Un ejemplo vale más que mil palabras: La Campaña de Ciudades por el Comercio Justo[31]

IDEAS coordina en España la Campaña Internacional de Ciudades por el Comercio Justo. Una ciudad por el Comercio Justo es un modelo de localidad que acerca la realidad de los pequeños grupos productores y los productos de Comercio Justo a la ciudadanía a través del sector público, sus comercios y restaurantes, empresas, escuelas y tejido asociativo.

En el año 2001 la ciudad de Garstang, en Reino Unido, se autoproclamó primera Ciudad por el Comercio Justo del mundo. Años antes, un grupo de voluntarios y voluntarias de dicha localidad se movilizaron para garantizar que el Comercio Justo estuviera presente en sus cafeterías, restaurantes y escuelas.

Desde entonces más de 2000 municipios de todo el mundo han conseguido el título de Ciudades por el Comercio Justo, y 33 países se han involucrado, tanto del Norte y Sur del mundo.

El título ya ha sido entregado a las capitales de Inglaterra (Londres), Francia (Paris),

Bélgica (Bruselas), o Quito (Ecuador), y a otras localidades como Arroyos y Esteros (Paraguay), Menjez (Líbano), Melburne (Asutralia), Kumamoto (Japón), New Koforidua (Ghana) o Wolfville (Canadá).

En España, 20 municipios ya tienen el título, entre ellos están Burgos, Bilbao, Córdoba, Donosti San Sebastián, León, Lugo, Madrid, Málaga, Orihuela, Puerto Real, Valladolid, Lugo, Valencia y Zaragoza, y otros están comprometidos en conseguirlo como Palma de Mallorca, Sagunto, Jerez de la Frontera, Cuenca o Alcorisa.

31. https://ideas.coop/ciudades-comercio-justo/ciudades-y-pueblos/#quees

10 RESPETO AL MEDIO AMBIENTE

10. Respeto al medio ambiente: la huella ecológica de la panela de Comercio Justo versus el azúcar de remolacha refinado

2 HAMBRE CERO

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

ODS 2: Hambre cero

- **Meta 2.5.** Para 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus especies silvestres conexas

ODS 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

- **Meta 12.2.** Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales

ODS 13: Acción por el clima

- **Meta 13.1 .** Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países

¿Son menos ecológicos los productos de Comercio Justo por ser importados de otros países al recorrer más km?[32]

Una de las dudas que a menudo surge con el Comercio Justo es el impacto ambiental de los productos, dado que proceden de países de América Latina, África o Asia y rápidamente asociamos que a más distancia, mayor impacto por las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas.

Para analizar esta cuestión hay que considerar que la huella de carbono de los alimentos no solo se genera en su transporte. Se debe tener en cuenta el total del proceso, desde la producción hasta su consumo, es decir, durante todo el ciclo de vida del producto.

La huella de carbono es un indicador ambiental que pretende reflejar la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto.

32. Fairtrade España. Informe "El Comercio Justo y el transporte de los alimentos". https://sellocomerciojusto.org/es/
Coordinadora estatal de Comercio Justo. http://comerciojusto.org/
IDEAS. 2015. Informe "Cambio Climático. La voz de los pequeños/as productores/as". www.ideas.coop

El análisis de Ciclo de Vida (ACV/ LCA en inglés) mide los gases de efecto invernadero emitidos a lo largo de la vida de un producto, es decir, desde su producción hasta su consumo y desecho. Pero además, estas iniciativas se complementan con otro tipo de acciones que buscan llegar a un público más extenso, como en el caso del trabajo con medios de comunicación y de las campañas de denuncia o incidencia política desarrolladas a través de redes sociales e Internet, que buscan el apoyo de la ciudadanía para conseguir medidas concretas. Un trabajo que, al margen de los logros que se puedan conseguir en cuanto a las peticiones solicitadas, sirve también como elemento de sensibilización y difusión de las prácticas injustas del comercio convencional y sus consecuencias.

Aspectos a tener en cuenta para un estimación objetiva del impacto ambiental de productos de Comercio Justo

¿Cómo se producen?

En el caso de alimentación o producción de algodón para ropa, por ejemplo, tenemos que considerar si se trata de cultivo ecológico o intensivo, si se usan medios manuales y naturales de control de plagas y enriquecimiento del suelo o si se añaden agroquímicos, etc.

El Comercio Justo ha demostrado ser una herramienta muy eficaz a la hora de fomentar la agricultura sostenible. La mayor parte de los productos de Comercio Justo proviene de cooperativas de pequeños/as productores/as que no suelen usar métodos de agricultura industrial intensiva. Sus miembros trabajan las tierras de forma tradicional, a la vez que incorporan nuevos conocimientos de agricultura sostenible haciendo un uso racional del agua, de la energía y de los fertilizantes.

Los agricultores deben garantizar el uso minimizado y seguro de agroquímicos, la

protección de las cuencas hidrográficas a través de la gestión de aguas residuales y no utilizar semillas transgénicas. Apoyan la biodiversidad local a través de zonas de amortiguamiento entre campos y áreas ecológicamente sensibles, y tienen prohibido talar bosques primarios para el cultivo. Las organizaciones de Comercio Justo también alientan a los agricultores a practicar un cultivo ecológico al ofrecer una prima más alta a aquellas organizaciones que eligen ambas certificaciones (ecológica y de Comercio Justo).

Por último, no podemos olvidar que las condiciones climatológicas y los ecosistemas en los que se cultivan muchos de los productos de Comercio Justo son muy especiales e irreemplazables.

¿Cómo llegan a nuestras manos?

En el Comercio Justo se prioriza el transporte por barco precisamente para minimizar este impacto.

¿Se cuida el envasado?

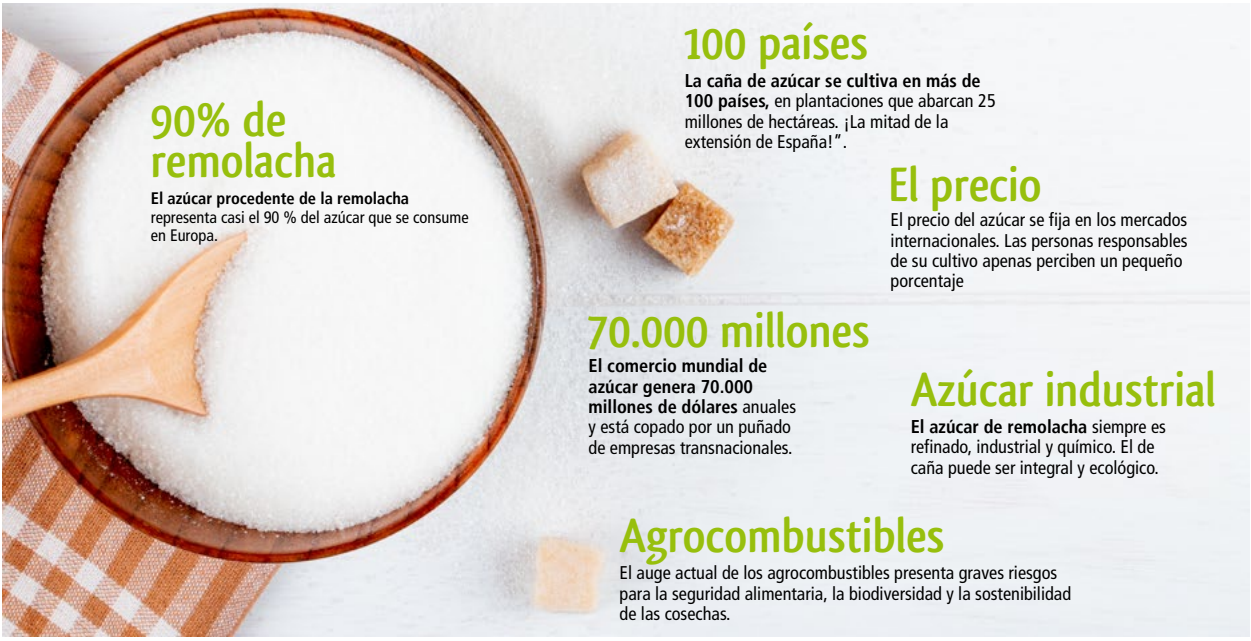
En los últimos años se está trabajando intensamente para reducir la presencia de plásticos y materiales no reciclables en el envasado de los productos de Comercio Justo, a la par que se plantea como objetivo reducir el embalaje al mínimo necesario para asegurar la calidad de los mismos.

¿Cuál es el impacto ambiental de un producto de Comercio Justo como la panela? ¿Y el del azúcar refinado de remolacha que se produce en Europa?

Un ejemplo que nos puede sorprender:

Un estudio encargado por la cadena suiza de supermercados Migros comparaba el impacto ambiental de cuatro tipos de azúcar vendidos por esta cadena (el de remolacha convencional de Suiza, el de remolacha ecológica de Suiza, el de caña convencional de Colombia y el de caña de Comercio Justo de Paraguay). El estudio analiza la emisión de gases de efecto invernadero de 1 kg de azúcar durante todo el ciclo de vida del producto. **El mejor resultado lo obtuvo el azúcar de caña de Comercio Justo de Paraguay, con un impacto un 33% menor respecto a los otros tipos de azúcar.**

La producción mundial de azúcar en cifras [33]



El azúcar de caña supone el 80% de la producción a nivel mundial, mientras que el 20% restante proviene de la remolacha. La remolacha se cultiva en climas templados y lluviosos, y a menudo también en climas secos mediante regadío, aunque existe una variedad de secano. Se cultiva mayoritariamente en Europa, Rusia y EEUU. Y supone en torno a 5 millones de hectáreas de cultivo.

La Política Agraria Comunitaria (PAC) de la UE, subvenciona hasta una cuota máxima el azúcar de remolacha procedente de cultivos europeos. Los/as productores/as reciben una subvención por kg que puede llegar a triplicar el precio del azúcar en el mercado internacional, puesto que el azúcar europeo se vende en el mercado internacional por debajo del coste de producción. Esta práctica se conoce como "dumping", es una práctica comercial ilegal e injusta, que obliga al resto de productores y productoras a bajar el precio, lo que repercute en la rebaja en los costes de producción (salarios, criterios medioambientales, seguridad alimentaria, condiciones laborales, etc.).

Por otro lado, la UE, a través de su política comercial exterior, establece barreras de acceso a los productos extracomunitarios que pueden suponer competencia para su producción interna. Los aranceles del azúcar procedente de otros países pueden llegar a ser hasta 3 veces superiores al precio de

33. Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Cuaderno de Comercio Justo nº 2 (Mayo 2013): "Para endulzarte la vida no hay que amargar a nadie"

exportación. Se estima que el 50% del precio final del azúcar no europeo va destinado a pagar los aranceles.

Aunque el azúcar europeo es, a priori, "local", ésto solo puede considerarse si es azúcar de remolacha, no si es de caña. La caña siempre es importada, a menudo se importa en bruto y el proceso de refinado y envasado se realiza en Europa. Además, en muchos casos, aun siendo azúcar de remolacha, no toda proviene de producciones locales. Muchas veces procede de otros países europeos, debido a las cuotas que impone la PAC.

Por otro lado, los procesos empleados durante la elaboración del azúcar de remolacha son altamente contaminantes, por lo que el azúcar refinado procedente de la remolacha no es ecológico y cada vez incluye más transgénicos.

El azúcar procedente de la remolacha siempre debe pasar por el proceso de refinado, ya que las melazas de la remolacha no son aptas para el consumo alimenticio, por lo que el azúcar blanco siempre debe pasar por una fase industrial y química [34].

En contraposición, Paraguay se ha convertido en el líder mundial en exportaciones de azúcar ecológico. Más del 60% del azúcar producido en Paraguay es ecológico. Y también es referente mundial en la elaboración y exportación de azúcar de Comercio Justo"

En 2012, en el sistema de Comercio Justo se contabilizaban 69 organizaciones productoras de azúcar en 15 países, dando trabajo a cerca de 40.000 personas. Los principales países productores son: Paraguay, Cuba, India, Filipinas y Costa Rica.

Cadena de suministro del azúcar de caña de Comercio Justo

Impacto social de nuestra cadena de suministro del azúcar

Condiciones de trabajo
Sin explotación, pago de un **precio justo**, condiciones de seguridad en el lugar de trabajo.

La compensación del productor
Siempre está protegido, a través de **contratos a largo plazo** incluso previos a la cosecha.

Comunidades arraigadas a sus orígenes
Comunidades muy vinculadas al territorio, autosuficientes y con capacidad de autoconsumo.

Empoderamiento de los productores
No es solo un proveedor. Establecemos relaciones duraderas a través de **proyectos de cooperación.**

Fomentamos el aprendizaje continuo de las personas productoras mediante **capacitaciones in situ** y apoyo a través de proyectos de cooperación.

Relaciones duraderas
MCCH: desde 1998.
Manduvira: desde 2017 de forma directa (y desde 1999 a través de Oxfam).

Acceso al crédito
Al prefinanciar la producción, IDEAS Soc. Coop. apoya a sus socios productores **facilitándoles el acceso al crédito** para adquirir los insumos necesarios en el cultivo.

Bajo impacto ambiental de nuestra cadena de suministro de azúcar

Producción sostenible
Producción de azúcar de caña integral altamente sostenible, **100% de agricultura ecológica.**

Baja mecanización
Menor impacto en el suelo debido al alto uso de mano de obra y **procesos naturales o artesanales.**

Respeto a la biodiversidad
No existe la tala de bosques primarios en territorios vírgenes.

La huella de carbono mínima
En los molinos de azúcar, la biomasa de los **residuos de la caña se utiliza como combustible.**

Protección del suelo y la tierra
Técnicas agrícolas que limitan la erosión eólica e hídrica y mejoran la protección de los nutrientes del suelo.

También cuidamos la logística
IDEAS se compromete a que sus mercancías sean transportadas en contenedores optimizados en la carga y por vía marítima.

34. Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Cuaderno de Comercio Justo nº 2 (Mayo 2013): "Para endulzarte la vida no hay que amargar a nadie"

Un ejemplo vale más que mil palabras: la Cooperativa Manduvirá

La cooperativa azucarera está ubicada en el distrito de Arroyos y Esteros, en Paraguay. Gracias a su experiencia de cultivo ecológico y en armonía con el entorno esta región es conocida como el Valle Ecológico de Paraguay. La cooperativa fue creada en 1975 cuando un grupo de trabajadores decidió plantarse y hacer frente a la industria que compraba su caña de azúcar a precios injustos. Actualmente, agrupa a 1.500 personas de la región, que son dueñas de su propia fábrica de azúcar, de los cuales, 800 producen caña de azúcar, sésamo, algodón, stevia, frutas y hortalizas y otros productos de autoconsumo. Exportan azúcar de caña orgánico a 17 países a través de los canales del Comercio Justo.

Bibliografía

IDEAS (2016). "Informe sobre Comercio Justo y Soberanía Alimentaria. La voz de los productores"

BASIC. ¿Quién tiene el poder? Desequilibrios en las cadenas de suministro agrícola.

WFTO 2018, Carta Internacional de Comercio Justo.

CECJ 2019, Informe "El Comercio Justo en España 2018" Coordinadora Estatal de Comercio Justo: http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Comercio-Justo-2018-def-pdf.pdf

Revista Opcions (2014) "Consumo y estilos de vida transformadores" (nº 46, pag. 13)

CECJ (junio 2019). Cuaderno de Comercio Justo. Café: La historia de un éxito que oculta una crisis. Estudio de sostenibilidad de la cadena productiva del café. Número 11.

Cocoa Barometer 2018: https://www.voicenetwork.eu/wp-content/uploads/2019/07/2018-Cocoa-Barometer-Executive-Summary.pdf

Artículo "Vivir y trabajar en un mundo justo y sostenible" (Yayo Herrero, octubre 2019)

Fairtrade España. Informe "El Comercio Justo y el transporte de los alimentos". https://sellocomerciojusto.org/es/

IDEAS. 2015. Informe "Cambio Climático. La voz de los pequeños/as productores/as".

CECJ, mayo 2013. Cuaderno de Comercio Justo nº 2: "Para endulzarte la vida no hay que amargar a nadie"

WEBGRAFÍA:

Amigos de la tierra: https://www.tierra.org/soberania-alimentaria/

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO_Decenio de Naciones Unidas para la - Agricultura Familiar (2019-2028): http://www.fao.org/family-farming-decade/home/es/

Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ): http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/el-proceso-del-comercio-justo/

Coordinadora Estatal de Comercio Justo: http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/el-proceso-del-comercio-justo/

IDEAS: https://ideas.coop/spp-el-sello-que-distingue-a-los-pequenos-productores-de-comercio-justo/

IDEAS (2017): https://ideas.coop/spp-el-sello-que-distingue-a-los-pequenos-productores-de-comercio-justo/

UNICEF https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil

OIT Estimación mundial sobre el trabajo infantil: Resultados y tendencias, 2012-2016, Ginebra, septiembre de 2017: http://www.oit.org/global/publications/books/WCMS_575499/lang--es/index.htm

Naciones Unidas: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/

UN website: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/

- Coordinadora Estatal de Comercio Justo: http://comerciojusto.org/tenemos-muchos-ejemplos-de-mujeres-que-demuestran-que-si-se-puede/

Entrevista a Gloria Sagñay en eldiario.es: https://www.eldiario.es/desalambre/campesinas-dijeron-producir-quinoa-alimento_0_769923968.html

VÍDEOS:

Vídeo "El azúcar que cambia vidas": https://www.youtube.com/watch?v=HSUSUb4_sYw&t=213s

Vídeo entrevistas a Merlín Prezza (Vicepresidenta de la CLAC):

https://www.youtube.com/watch?v=nJj_CCt8y0Q&list=PLQi8AaG6EcSkVyLOysVy8DU5ybpJA_NeZ

https://www.youtube.com/watch?v=lt85Ub0rn_Q

IDEAS Sede Central
www.ideas.coop

Calle el Carpio, 55. Pol. Industrial
Dehesa de Cebrián CP.14420
VillaFranca de Córdoba

Tfno.: 957 19 12 43
email: info@ideas.coop