

GUÍA

Comercio justo



Una forma práctica y eficaz de apoyar la autonomía
y de reivindicar un orden mundial más equitativo.



Subvencionado por:





Comercio Justo

C O N T E N I D O S



¿QUE ES EL COMERCIO JUSTO?	04
HISTORIA	06
LOS PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO	08
EL COMERCIO JUSTO IMPLICA EL PRECIO JUSTO	
MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO	09
LA ASOCIACIÓN DEL SELLO DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO	10
SIGNIFICACIÓN DEL LOGO FAIRTRADE	11
TIENDAS Y ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN	12
PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN MADRID	14

¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?



Nacido en Holanda en 1959, existen 50 años después más de 65 organizaciones importadoras en toda Europa.

El comercio mundial perjudica y empobrece a los países productores en posición de debilidad frente a los países importadores. **El comercio justo es una forma práctica y eficaz de apoyar la autonomía y de reivindicar un orden mundial más equitativo.** Las importadoras

especializadas en comercio justo, compran productos de alimentación, textiles y manufacturas artesanas directamente a cooperativas de productores, basando los precios en coste real de producción y garantizando unas condiciones laborales dignas y modos de producción respetuosos con el medio ambiente. En las propias cooperativas, los beneficios se destinan a mejoras sociales. Las organizaciones de comercio justo quieren asegurar con la venta de productos, un apoyo económico que permita a las comunidades de productores atender las necesidades principales de la población local, y desarrollarse por si mismos a partir del fruto de su trabajo.

El sistema Comercio Justo o Comercio Alternativo es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. El Comercio Justo se orienta hacia el desarrollo

integral, con sostenibilidad económica, social y ambiental, respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos. La filosofía del Comercio Justo es que la mejor ayuda de los países centrales a los países en vías de desarrollo es el establecimiento de relaciones comerciales éticas y respetuosas, con crecimiento sostenible de las naciones y de los individuos. Más que por las entidades oficiales o estatales, el Comercio Justo es impulsado y practicado por millones de personas solidarias en diversas partes del mundo. Aquí las tiendas cumplen un rol decisivo, a través de voluntarios que en sus horas libres apoyan en la venta de productos como Café de Colombia, Ron de Cuba, Miel de Chiapas, Quinoa de Bolivia y Perú, etc.



El Comercio Justo se orienta hacia el desarrollo integral, con sostenibilidad económica, social y ambiental, respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos

HISTORIA DEL COMERCIO JUSTO

En 1964, comienza el sistema de Comercio Justo, FT, con la conferencia de la UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Allí, algunos grupos plantearon suplantar la ayuda económica hacia los países pobres por un régimen de apertura comercial de los mercados



de alto poder adquisitivo. Solo unos pocos grupos de habitantes de los países desarrollados promovieron la creación de tiendas “UNCTAD”, que comercializarían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando las barreras arancelarias de entrada. A partir de ese momento, se inició una cadena de tiendas “Solidarias”, en Holanda y luego Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En 1967, además, la organización católica SOS Wereldhandel, de los Países Bajos, comenzó a importar productos artesanales desde países subdesarrollados, con un sistema de ventas por catálogo. La formación de la red de tiendas Solidarias le otorgó a la SOS Wereldhandel un canal de comercialización estable. Las tiendas Solidarias gozaron de éxito de ventas, donde las sucursales se transformaron en organizaciones autónomas importando productos en forma directa.

En 1973, entró en este sistema de comercio el primer producto alimentario importante: el café FT, producido por cooperativas guatemaltecas bajo la marca común “Indio Solidarity Coffee”. El café FT constituye un hito importante, dando un gran impulso al crecimiento del sistema.





En los años 1980, las transacciones y su frecuencia permitió que muchos productores encarasen la mejora de la calidad y el diseño de productos, apoyados en una red que les permitía ingresar a los mercados más importantes. La lista de productos involucrados creció con la incorporación de mezclas de café, té, miel, azúcar, cacao, nueces. Las artesanías crecieron en cantidad y calidad, con técnicas de marketing.

En 2006, hay organizaciones de comercio justo en Europa, Canadá, Estados Unidos, Japón; con ventas por más de 3.000 tiendas solidarias, por catálogos, por representantes, por grupos. También es considerable la participación en la red de las diferentes organizaciones religiosas. La aparición de los Sellos identificatorios ha dado un gran impulso al sistema. La 1ª marca de calidad Comercio Justo fue en Holanda en 1988. A partir de ese ejemplo, surgieron varias iniciativas de “Etiquetado Justo”. En 1997, varias de ellas se organizaron formando la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO - Organización Internacional de Etiquetado Justo). El miembro español de la FLO es la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo.

Como curiosidad histórica, aunque no debe entenderse como algo directamente relacionado con el movimiento actual, el mutualista estadounidense Josiah Warren, enunciador del «principio del costo» escribió un manifiesto en 1841 en el que se encuentra una reivindicación del comercio justo, con una filosofía no muy diferente a la del actual movimiento por el comercio justo.

LOS PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

▲ El salario de los trabajadores debe ser *digno*. Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.

▲ El grupo productor debe asegurar y promover la *igualdad entre hombre y mujer*.

▲ El grupo productor debe buscar el *desarrollo* del conjunto de la población

▲ La producción debe *respetar el entorno* social y natural. Se valora la calidad y la **producción ecológica**.

▲ El producto tiene que ser de *calidad*. Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.

▲ Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones y funcionan democráticamente.

▲ No a la explotación infantil.



EL COMERCIO JUSTO IMPLICA **EL PRECIO JUSTO**

El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas. Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.

Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.

Se intenta así evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan por un producto los consumidores del primer mundo y el dinero que se les paga a sus productores en el tercer mundo, además de evitar la explotación de los trabajadores. Además, esto contribuye a compensar los efectos de la obsesión consumista por el precio más barato, y sus consecuencias como son el progresivo deterioro de la calidad y durabilidad de los productos, la explotación de los productores y el deterioro ambiental.

El comercio justo implica el precio justo, es decir que éste no contenga componentes influenciados por intervenciones o subsidios estatales que distorsionan, per se, el concepto de comercio justo.

Las distorsiones y consecuentes quejas en el mercado derivadas de los subsidios son elevadas por las partes interesadas a la Organización Mundial del Comercio.

Desde el neoliberalismo se considera que la expresión “Comercio justo” es una tautología, ya que “Comercio” implica intercambio voluntario entre dos partes, que no tendría lugar si ambas partes no creyeran que iban a salir beneficiadas.



MADRID, CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

En el Pleno del celebrado el mes de mayo de 2008, el Consejo Municipal de Consumo acordó iniciar los trámites para que Madrid sea declarada “Ciudad por el Comercio Justo”. A tal efecto se ha creado un grupo de trabajo municipal con asociaciones de consumidores, de vecinos, empresariales, ONG´s y otros agentes sociales para conseguir cumplir los cinco criterios que debe cumplir cada Ciudad por el Comercio Justo:

1. **Compromiso de la Administración.** Aprobando una resolución favorable al comercio justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento.
2. **Compromiso del sector minorista.** Mediante la oferta de productos de comercio justo en las cafeterías, restaurantes y tiendas locales. Se ha de implicar a toda la ciudadanía en el fomento del comercio justo mediante acciones cotidianas de consumo diario.
3. **Compromiso del sector privado y de las organizaciones.** Buscando el compromiso de las empresas para conseguir una ciudad justa, promoviendo el consumo responsable en sus políticas de compras y contratación de productos y/o servicios, criterios que beneficien a todas las partes de la cadena de suministro y en este sentido mejore la situación de la producción y trabajo de los países del Sur.

4. **Comunicación de la Campaña.** Difusión a través de eventos y otras actividades al mayor número de personas para que la población se implique en este proyecto.
5. **Creación de grupos de trabajo locales.** Promoción del modelo de Ciudad Justa y aumento de la disponibilidad de productos de Comercio Justo a través de los grupos de trabajo que velarán por que se mantenga el apoyo al Comercio Justo como herramienta de desarrollo global.



LA ASOCIACIÓN DEL SELLO DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

La Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo tiene como finalidad promocionar y gestionar en España el uso del **Sello FAIRTRADE**, que es el Sello de Garantía para productos de Comercio Justo y aumentar el consumo de productos de Comercio Justo certificado. El objetivo de la certificación de Comercio Justo es **permitir a los campesinos del Sur conseguir una autonomía y estabilidad económica** viviendo dignamente de su trabajo, gracias a que sus productos tienen un mayor acceso a nuestro mercado.



Para conseguir este reto las siguientes entidades crearon en el año 2005 la Asociación: Alternativa 3, Caritas Española, Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), Coordinadora Estatal de Comercio Justo, Fundación Ecología y Desarrollo, Fundación ETEA para la

Cooperación y el Desarrollo, IDEAS; Intermón Oxfam y SETEM.

La Asociación del Sello pertenece a **Fairtrade Labelling Organizations** (FLO) que reúne a las 21 organizaciones que promocionan el Sello.



FLO Cert, entidad independiente certificada como reconocimiento externo por la **ISO 65**, asume el **seguimiento** de los actores implicados (productores, exportadores, importadores, fabricantes y licenciarios) auditándoles y garantizando el cumplimiento de los estándares de Comercio Justo.

Actualmente la Asociación ha concedido el uso del Sello FAIRTRADE a 27 empresas en

España que comercializan productos como el café, cacao, azúcar y té, y balones de deportes bajo su propia marca.

SIGNIFICACIÓN DEL LOGO **FAIRTRADE**

El logo FAIRTRADE, que simboliza a un productor que levanta la mano, es un Sello sobre producto. Es la garantía para el consumidor que el producto ha sido hecho según los estándares FLO de Comercio Justo. El Sello establece unas pautas básicas de referencia que deben cumplir los actores implicados



TIENDAS Y ESTABLECIMIENTOS

QUE OFRECEN PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN MADRID

Arte latino, SL	C/ Cardenal Siliceo,22
Asaltodemata	C/ Doctor Fourcuet, 17
Azoche	C/ Jorge Juan, 76
Café y te experience	C/ Costa del Sol 11, local 2
Contigo	C/ Guzmán el Bueno, 37
Copade	C/ Cardenal Siliceo 22
El edificio-Cafetería	Pº Alberto Palacios, 21
Emaus M-Sur	C/ Ana María, 3
Enredando S,COOP,Madrid	C/ Suecia, 95, local 1
EROSKI/10000	Avda. Pablo Neruda, 91-97 (Vallecas)
Espanica	C/ Escorial 16, 3º
Herbolario te verde C,B	Plaza Olavide, 6
HESSED-Ass, consumidores de comercio justo	Calle Butirica, 14-2º izqda
lepala	Calle Hermanos García Noblejas, 41 bis
Intermón Oxfam	Calle Alberto Aguilera, 15 Calle Goya, 68
La aldea del sur	Avda. Pablo Neruda 77, Port. N, 4 D
La ceiba	Calle Amor De Dios, 11
Macedonia compañía frutas SL	Calle Santa Engracia, 130
Manos unidas	Calle Barquillo, 38
OCSI	Calle Ercilla 48, 1- B
Parroquia Barrio Orcasitas	Arroyo Opañel,15-1A
Proyde	Calle Marqués de Mondéjar, 32
Pueblos hermanos	Pº de las Peñuelas, 3 (entresuelo)
Setem	Calle Gaztambide, 50
Sodepaz	Calle Puebla, 15
Solidaridad Internacional	Calle Marqués de Urquijo, 41, 1º Calle Jaén, 13
Solidarte	Calle Quintana, 21, 1º
Subiendo al sur	Calle Ponciano, 5

Supermercados Ecológicos, SL Calle Manuela Malasaña, 26, Bjo izq.

Tienda comercio justo

“La casa encendida” Ronda de Valencia, 2

Unión solidaria-Unis Avda. Ajalvir A Vicalvaro, 66

Utopía Avda. de la Zaporra, 23

Centros Alcampo Camino de Vinateros s/n (Moratalaz)

Avda. Pio XII, 2

Calle Monforte de Lemos s/n
(La Vaguada)

Calle Monleón, s/n (Vallecas)

Centros Carrefour Avda de los Poblados, s/n

Avda. de Andalucía, Km. 7,100

Centro Comercial “Las Rosas”,

Avda. Guadalajara, 2

Gran Vía de Hortaleza, s/n



Más información en: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/>

Comercio Justo



Edita:

Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid

C/ Bocángel, 2. 28028 Madrid

tfno: 91 725 29 09 / fax: 91 725 06 23

www.aavvmadrid.org | fravm@aavvmadrid.org

Subvencionado por:



Este proyecto ha sido subvencionado por el Instituto Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid (FRAVM)