



FOTO: ESPAÍ GRÁFIC

# EL COMERÇ JUST

SANTI BOLÍBAR I RIBAS

## QUÈ ÉS EL COMERÇ JUST?

El comerç just és una proposta alternativa al comerç internacional convencional que cerca de garantir als productors dels països del Sud una compensació justa pel seu treball, assegurant-los un mitjà de vida digne i sostenible i garantint-los els seus drets laborals. És, doncs, una eina de cooperació per col·laborar en l'eradicació de la pobresa dels països en desenvolupament i ajudar així les poblacions empobrides a sortir de la seva dependència i explotació. Les organitzacions de comerç just es constitueixen en un sistema comercial alternatiu que ofereix als productors l'accés directe als mercats del Nord i unes condicions laborals i comercials justes i igualitàries.

El sistema actual de comerç internacional accentua les diferències entre els països rics i els països pobres i, en conseqüència, augmenta el nombre de persones condemnades a viure en la pobresa. Una situació que es pot canviar a través del comerç just, entès com una relació comercial de col·laboració que persegueix el desenvolupament sostenible dels productors en situació de desavantatge i que estan exclosos del mercat.

Així doncs, els objectius del comerç just són:

1. Millorar el nivell de vida i el benestar dels productors, facilitant el seu accés al mercat, enfortint les organitzacions de productors, pagant un millor preu i oferint continuïtat en les relacions comercials.

2. Promoure el desenvolupament d'oportunitats per als productors en especial situació de desavantatge, especialment dones i indígenes, i protegir els nens i les nenes de l'explotació en els processos de producció.

3. Sensibilitzar els consumidors dels efectes negatius que les actuals condicions del comerç internacional tenen sobre els productors del Sud, i concretar així una cultura de la solidaritat en la qual els ciutadans i ciutadanes es puguin implicar amb petits gestos de consum responsable.

4. Establir una col·laboració comercial a través del diàleg, la transparència i el respecte.

5. Realitzar campanyes que promoguin canvis en les pràctiques del comerç internacional convencional.

6. Protegir els drets humans promovent la justícia social, el respecte mediambiental i la seguretat econòmica.

## CRITERIS DEL COMERÇ JUST

El comerç just s'estableix sobre unes bases d'igualtat i transparència en les relacions de treball que permeten millorar les condicions de vida dels productors dels països del Sud i garantir als consumidors del Nord que els productes que compren han estat elaborats en condicions de dignitat. L'activitat dels productors sempre és sostenible en el seu àmbit econòmic, mediambiental i social.

Per tal d'aconseguir aquests objectius, els productes s'adquireixen directament dels agricultors i els artesans, eliminant els intermediaris, s'ofereix als productors una retribució adequada als seus esforços i els preus dels productes es fixen d'acord amb els productors. Els productors del Sud es comprometen a funcionar i prendre decisions de manera democràtica en el si de les seves organitzacions, creant així una estructura participativa. En les cooperatives i associacions productores no es permet el treball esclavitzant de nens i nenes i es fomenta la participació igualitària de les dones en la presa de decisions, partint sempre del principi que, pel mateix treball, dones i homes reben el mateix salari.

Per la seva part, les organitzacions de comerç just del Nord es comprometen a donar als productes del Sud accés directe als mercats del Nord, evitant en la mesura que sigui possible els intermediaris i els especuladors, i a pagar un preu just que permeti als productors cobrir les seves necessitats vitals i els costos de producció i que deixi un marge per a la inversió.

Les organitzacions del Nord també es comprometen a pagar per endavant una part del preu de la producció, per tal d'evitar endeutaments, i les relacions laborals i comercials que s'estableixen són sempre a llarg termini, de tal manera que es promogui així el desenvolupament de projectes de futur.

Els importadors ofereixen suport tècnic a la producció i distribució del producte, així com informació i assessorament sobre les tendències i les modes europees, les normes de seguretat i higiene dels productes, o la presentació final, per facilitar l'accés del productor als mercats internacionals. Si cal, també se'ls ofereix ajuda per al desenvolupament de nous productes, finançament a través de crèdits i formació tècnica i administrativa. L'objectiu final és donar als productors del Sud una oportunitat per tal de valer-se per si mateixos.

A la vegada, les organitzacions de comerç just organitzen campanyes de sensibilització i incidència política, encaminades a canviar les

actuals estructures injustes del comerç internacional. També es treballa amb l'objectiu de fomentar l'educació de la societat occidental en el consum responsable i en la presa de consciència de la cultura, la identitat i les condicions de vida dels productors.

## **EL MOVIMENT DEL COMERÇ JUST AL MÓN**

En la dècada dels seixanta, els països pobres, reunits en la conferència que va realitzar a Ginebra la UNCTAD (sigles en anglès de la Comissió de Comerç i Desenvolupament de les Nacions Unides), van fer sentir la seva veu reclamant un sistema comercial més just. Els països menys desenvolupats van denunciar durant la conferència que el proteccionisme dels països rics i el seu control dels preus de les primeres matèries (que suposen en molts casos més del 70 % de les exportacions dels països del Sud) impedia que els beneficis del comerç els permetessin sortir de la pobresa. Per contra, els països desenvolupats —s'observava ja aleshores— optaven per una política d'ajuda al desenvolupament que primava la concessió de crèdits, amb l'augment consegüent de la dependència econòmica i l'increment del deute extern dels països més pobres.

Els països del Sud van mantenir i accentuar les seves demandes per obtenir una valoració més justa de les primeres matèries i aconseguir unes relacions comercials dignes que els permetessin, no sols obtenir recursos per invertir en el present, sinó també establir relacions duradores per aconseguir un desenvolupament perdurable. Aquestes demandes van continuar sense obtenir resposta per part dels governs i dels organismes internacionals, però no tothom era indiferent a aquestes peticions. Una minoria d'europeus que buscaven diferents maneres de pal·liar la pobresa del Sud es va fer ressò d'aquestes reclamacions i així va néixer el moviment de comerç just, anomenat també comerç alternatiu.

## LES ORGANITZACIONS DE COMERÇ JUST

La primera botiga de comerç just es va obrir el 1969 a Holanda. D'aleshores, el moviment es va estendre ràpidament pels Països Baixos, Alemanya, Suïssa, Àustria, França, Suècia, Gran Bretanya i Bèlgica. El 1990, després de deu anys de cooperació informal, va néixer l'European Fair Trade Association (EFTA o Associació Europea de Comerç Just).

Actualment, l'EFTA és una federació de dotze organitzacions de comerç just de nou països europeus que representen al voltant del 60 % de les importacions de comerç just d'Europa.<sup>1</sup> Tres organitzacions del grup Oxfam Internacional formen part de l'EFTA: Intermón Oxfam (des de 1995), Oxfam Gran Bretanya i Oxfam Bèlgica.<sup>2</sup> A part de l'EFTA també funcionen dues grans organitzacions internacionals de comerç just: l'IFAT (Federació Internacional de Comerç Alternatiu) i la NEWS.

L'IFAT (International Federation of Alternative Trade) reuneix 148 organitzacions de comerç just d'Àfrica, Àsia, Austràlia, Amèrica del Sud, Amèrica del Nord i Europa. L'IFAT també es constitueix com un fòrum de discussió i coordinació entre grups d'importadors i productors i promou campanyes i intercanvis entre les diferents organitzacions que la integren. Per la seva banda, la NEWS és una coordinadora de botigues de comerç just europees de la qual forma part la Coordinadora Estatal d'Organitzacions de Comerç Just, que agrupa 31 organitzacions espanyoles. La NEWS possibilita

la comunicació directa entre els seus membres i organitza campanyes en els àmbits nacional i internacional. La seva tasca principal és organitzar grups de botigues dels països que hi estan representats per guanyar força en el moviment de comerç just i realitzar pressió política en l'àmbit europeu.

També al Sud s'han creat organitzacions de comerç just, com la RELACC (Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria), fundada l'any 1991 amb l'objectiu d'aportar compromís en la construcció d'una societat justa, enfortint les organitzacions participants mitjançant la comercialització comunitària.

Actualment, el comerç just és un mercat alternatiu important. Segons les últimes dades recollides per l'EFTA, la facturació de les diverses organitzacions de comerç just europees en venda directa, l'any 2000, va ser de quasi 370 milions d'euros. El 1998 va superar els 275 milions d'euros. Les Organitzacions de Comerç Just —que mobilitzen a Europa més de 100.000 voluntaris i un miler de professionals— han possibilitat el treball a més de 500.000 artesans i treballadors del Sud. Es calcula que a Europa existeixen unes 3.000 botigues solidàries, però els productes de comerç just es poden trobar en més de 70.000 establiments, ja que molts d'aquests productes —sobretot alimentaris— han entrat en el mercat tradicional a través de grans magatzems, supermercats o botigues de barri.<sup>3</sup>

Les organitzacions internacionals de comerç just també desenvolupen una tasca d'incidència política davant els fòrums internacionals, les diferents instàncies de la Unió Europea i els seus propis països, com a portaveus dels productors del Sud. Informen la societat sobre els aspectes injustos del comerç tradicional i fomenten entre

1. Font: Anuari del Comerç Just 1998-2000 (EFTA).

2. Intermón Oxfam és una organització no governamental dedicada a la cooperació per al desenvolupament i a l'ajuda humanitària que treballa des de 1956 per eradicar la pobresa de les poblacions més desfavorides, especialment als països de l'anomenat Tercer Món. L'any 1997 la Fundació Intermón va entrar a formar part del grup Oxfam Internacional, creat per deu ONG de diferents països que comparteixen els mateixos criteris ètics i objectius solidaris. A principis de 2001, el grup Oxfam comptava amb un milió i mig de socis i sòcies i persones col·laboradores.

3. A Igualada, el gener de 2002 va obrir-se la botiga "Luxor" (passatge Capità Galí, 9), que ven productes d'alimentació i de regal procedents de les ONG Intermón i Alternativa 3 (Terrassa). Així mateix, "Luxor" col·labora amb l'ONG Tambali, comerç just i cooperació. (N. de la R.)

els ciutadans el coneixement sobre el comerç just i el consum responsable.

Des de finals dels anys vuitanta, a Europa, la presa de decisions en matèria de comerç internacional s'està traslladant dels governs nacionals als òrgans polítics europeus i, per això, les activitats de pressió política d'aquestes organitzacions se centren en el Parlament i la Comissió Europea. El 1993, el ple del Parlament Europeu va aprovar per unanimitat una resolució sobre la promoció de la justícia i la solidaritat en el comerç Nord-Sud. En la resolució, el Parlament va expressar el seu suport al comerç just, i va fer una demanda a la Comunitat Europea per tenir en compte, en l'àmbit legislatiu i pressupostari, la necessitat de promoure'l. D'altra banda, i gràcies a les campanyes de conscienciació política de l'EFTA, el Parlament Europeu es va comprometre, el gener de 1994, a promoure acords justos en l'àmbit de les primeres matèries i a suprimir les restriccions comercials que afecten, sobretot, els petits productors del Sud.

L'abril de 1995, el Consell Econòmic i Social de la Unió Europea va elaborar un document d'opinió favorable al comerç just. En aquest document es considera especialment interessant per a les empreses i els consumidors la creació d'un estil de mercat que permeti desenvolupar els valors afegits als productes. El text també promou el reconeixement de l'etiquetatge de garantia social i recolza la consideració del comerç just dins de les polítiques de cooperació. Després d'aquests avenços, la Unió Europea ha creat una línia especial de subvencions per a la sensibilització sobre el comerç just.

### **LES MARQUES DE COMERÇ JUST**

Tanmateix, les organitzacions de comerç just no solament influeixen en la presa de decisions polítiques, sinó que també treballen en l'elaboració d'un model concret de comerç just

que les empreses tradicionals puguin adoptar. Els criteris d'aquest model han quedat definits en les anomenades marques de comerç just. Actualment n'existeixen tres: TransFair (de la qual es cofundadora l'EFTA), Max Havelaar i Fair Trade.

Aquestes marques formulen els principis del comerç just sota la forma de criteris que qualsevol negociant pot aplicar i per al compliment dels quals vetllen, a través d'inspeccions i investigacions periòdiques, les organitzacions promotores. Els criteris es determinen per a cada producte o per a cada grup de productes. Gràcies al registre de productors, les empreses del Nord que vulguin garantir l'origen just dels productes que comercialitzen poden trobar socis/proveïdors potencials al Sud.

Avui dia la marca TransFair s'aplica al cafè i al te comercialitzat en condicions justes a Alemanya, Luxemburg i Àustria. Als Països Baixos, Bèlgica, Suïssa, Dinamarca i França, les organitzacions treballen sota la marca Max Havelaar, que s'aplica actualment al cafè, al cacau, a la xocolata i a la mel. Al Regne Unit, la marca Fair Trade existeix en el cafè, la xocolata i el te.

### **EL COMERÇ JUST A ESPANYA**

A finals de 1986 van sorgir a Espanya les primeres iniciatives de comerç just amb l'obertura de dues botigues, una de "Traperos de Emaús", al País Basc, i l'altra de la Cooperativa Sandino (actualment Ideas), a Andalusia. Tres anys més tard, es va constituir la primera organització de comerç just. L'actual Coordinadora Estatal d'Organitzacions de Comerç Just, creada l'any 1996, agrupa 31 associacions, que mobilitzen 1.500 voluntaris i un centenar de professionals.

L'expansió territorial i organitzativa i l'impacte social del comerç just a Espanya han estat espectaculars. El volum de vendes va suposar, el 1990, un total aproximat de 13 milions de pessetes. Una xifra que, segons dades de l'EFTA, el 1994 se situava ja al voltant dels 200 milions.

D'aleshores ençà, les vendes han anat augmentant vertiginosament i van arribar als 520 milions de pessetes el 1996, 700 milions el 1997, i més de 1.000 milions en l'actualitat.<sup>4</sup>

També cal destacar l'expansió territorial i organitzativa de les anomenades Organitzacions de Comerç Alternatiu i Solidari (OCAS), que disposen actualment de més de quaranta punts de venda permanents. Entre les organitzacions amb major nombre de punts de venda permanents destaquen Intermón Oxfam, amb 14 punts de venda, i Ideas, amb 13. A més, es poden adquirir productes de comerç just a través d'altres sistemes, com ara les xarxes de voluntaris venedors, la venda per correu o el subministrament a institucions i a altres botigues del mercat tradicional. A Espanya, els productes de comerç just més habituals són l'artesanía decorativa i de la llar, tèxtils, aliments, objectes de llibreria, paper reciclat, joieria, instruments musicals i jocs.

Malgrat aquesta evolució positiva, i realment significativa, s'ha de tenir en compte que Espanya es troba encara en un procés de definició teòrica i de consolidació, i que el volum de vendes està encara molt lluny de les xifres que es poden trobar en altres països del nostre entorn més proper.

El camp d'actuació de les OCAS no es limita a la distribució i comercialització dels productes, sinó que la majoria d'elles qualifiquen de principals les activitats que realitzen en pro de l'educació i sensibilització de la població i el treball realitzat en el terreny de la mobilització ciutadana i de la pressió política.

Les OCAS organitzen una sèrie d'activitats que pretenen donar a conèixer en què consisteix el comerç just, presentant-ne als ciutadans els principis i les reivindicacions. Així, es realitzen

campanyes d'educació per al desenvolupament, activitats en col·legis, mostres itinerants, es participa en xerrades, col·loquis, s'organitzen exposicions, fires...

#### **LA INCIDÈNCIA SOCIAL I POLÍTICA DE LES ORGANITZACIONS DE COMERÇ JUST**

Els propòsits de les OCAS en el terreny de la mobilització i la pressió política també han començat a donar fruit. Els parlaments del País Basc, Navarra, Catalunya, Madrid, València, Aragó, Múrcia i Balears han aprovat declaracions a favor del comerç just, en les quals se sol·licita a les administracions corresponents la incorporació del comerç just en les polítiques de cooperació al desenvolupament, així com un recolzament econòmic específic per a aquestes organitzacions. També s'insta les administracions a oferir suport i difusió de les activitats dutes a terme per aquestes organitzacions.

La pressió de les OCAS va aconseguir, el desembre de 1996, que la comissió de Cooperació i Ajuda al Desenvolupament del Congrés de Diputats aprovés una proposició no de llei sobre comerç just. El document recull algunes de les propostes efectuades pel Parlament Europeu en la seva resolució de 1994. D'aquesta manera, s'instava el govern espanyol a incloure el comerç just i solidari en el marc de la seva política de cooperació al desenvolupament i a presentar un programa per al seu suport que inclogués mesures jurídiques, financeres i organitzatives.

Així mateix, algunes de les organitzacions que formen part de federacions europees, com l'EFTA i la NEWS, han participat en campanyes internacionals, com la que va intentar evitar que la Unió Europea autoritzés la substitució de fins un 5 % de la mantega de cacau per altres greixos vegetals en la fabricació de la xocolata. Aquesta mesura, aprovada finalment el març de 2000, perjudica més de dos milions de famílies africanes

---

4. Intermón Oxfam és una de les organitzacions amb major facturació en comerç just, amb un total de vendes que, en l'exercici 1999-2000, va arribar als 375 milions de pessetes.



que viuen de l'exportació del cacau i que poden veure substancialment reduïda la demanda de primera matèria.

Encara que en alguns països s'ha optat per realitzar campanyes concretes de boicot contra algunes firmes comercials amb l'objectiu de fer disminuir les seves vendes, a Espanya, fins ara, l'aproximació a l'àmbit empresarial s'ha realitzat a través d'accions positives orientades a sensibilitzar les empreses i comprometre-les en el desenvolupament de les regions on operen. L'objectiu és lluitar perquè les empreses adoptin codis de conducta que siguin una garantia per al consumidor i un valor afegit als seus productes en el mercat.<sup>5</sup>

### EL CONSUM RESPONSABLE

El comerç just no és només una alternativa per millorar les condicions de producció, sinó que també vol ser una alternativa al consum. Per això, quan es parla de comerç just, s'ha de parlar també de consum responsable. Aquest consum té com a objectiu considerar, mitjançant la compra selectiva, el component social i ecològic del producte. Ha de suposar també la denúncia de pràctiques publicitàries no ètiques o dels hàbits consumistes de la societat occidental.

Es treballa amb l'objectiu d'estendre el coneixement del comerç just entre els ciutadans i incidir sobre les polítiques nacionals i europees que tendeixen a potenciar aquesta alternativa comercial. Per això, entre 1996 i 1998, des d'Intermón Oxfam es va portar a terme la campanya "Per la seva dignitat: comerç just, consum responsable",

5. Així, per exemple, Intermón Oxfam va fer arribar al sector privat la campanya en favor de la no reducció de la mantega de cacau en la xocolata, convidant els ciutadans a enviar postals en aquest sentit a les multinacionals Nestlé i Suchard; una altra iniciativa han estat les temptatives d'AESCO (Associació Espanyola de Solidaritat i Cooperació amb Colòmbia) per promoure la vinculació de les empreses a projectes de desenvolupament.

amb un ampli programa d'activitats que abastaven des de publicacions tècniques i divulgatives, o materials pedagògics per a primària i secundària, fins a la realització d'un seminari amb polítics, empresaris, organitzacions de consumidors, sindicats i ONG, que va permetre posar en comú idees i elaborar un pla d'acció amb accions polítiques i de sensibilització social.

El consum responsable de productes de comerç just a Intermón Oxfam, ha crescut un 22% l'any 2002, i supera els 160.000 euros. Aquest resultat ha estat possible gràcies a la participació de 500 voluntaris que treballen a les dinou botigues. A més a més, el consum de cafè "Equita" ha crescut significativament gràcies a la incorporació a la xarxa de distribució d'aquest producte dels supermercats Eroski, Caprabo, Alcampo i Gadisa, els quals s'han sumat a Condis, Supeco-Maxor, Bonpreu i Coaliment, que ja distribuïen aquest cafè.<sup>6</sup>

### EL CAFÈ: PRODUCTE DE COMERÇ JUST

El cafè sempre ha estat el producte més important del comerç just. El 1973, la Fair Trade Organisatie dels Països Baixos va importar el primer cafè de comerç just, produït per cooperatives de camperols de Guatemala. En l'actualitat, aquest tipus de cafè està molt introduït en les llars europees i la vida de milers de cafeters ha millorat gràcies al gran consum que se'n fa. Però, des de fa tres anys, el preu del cafè ha caigut un 50%, de manera que s'ha destruït el mitjà de vida de 25 milions de productors, molts dels quals han hagut d'abandonar el cultiu del cafè i les seves terres.

Les quatre grans multinacionals del cafè —Sara Lee, Kraft, Procter & Gamble i Nestlé— continuen generant uns beneficis immensos,

6. També s'ha incorporat un accés més ràpid als productes de comerç just a través de la botiga virtual ([www.IntermonOxfam.org/tiendas](http://www.IntermonOxfam.org/tiendas)) dins de la pàgina web.

amb uns marges que es calculen entre el 17% i el 26% en vendes de cafè valorades en milers de milions de dòlars. Per això Oxfam Internacional ha llançat un “Pla de Rescat del Cafè” amb les propostes següents:<sup>7</sup>

- Garantir que les empreses paguin un preu digne als productors.

- Destruir alguns excedents per tal de reduir la demanda i afavorir l'augment dels preus.

- Els governs, les empreses i els productors haurien de gestionar el mercat per equilibrar l'oferta i la demanda i donar suport als productors perquè retinguin un major valor afegit a les seves collites.

- Destinar fons d'ajuda als agricultors perquè puguin sortir de l'actual situació de sofriment i perquè puguin crear mitjans de vida alternatius.

- Donar suport a la diversificació en el desenvolupament rural.

**SANTI BOLÍBAR I RIBAS** (Barcelona, 1953) és llicenciat en Pedagogia. Membre d'Intermón Oxfam des de 1986, va estar quatre anys a Bolívia com a cooperant de projectes educatius en zones marginals de La Paz i en l'àrea rural aimara. Des de 1999, és el director territorial d'Intermón Oxfam a Catalunya i Andorra, en la qual s'integren prop de 350 voluntaris estables.

---

7. Vegeu [www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com)