

Ciudades y Comercio Justo

Alianzas para una economía inclusiva

Nota de aprendizaje



Edita y coordina

Comisión de Desarrollo Económico y Social Local de CGLU, Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional (FAMSI)W

Redacción

IDEAS Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, Comisión de Desarrollo Económico y Social Local de CGLU.

Diseño y maquetación

BPS Aldiseño SLL

Foto de portada

Erik Scheel

El documento está disponible en línea en <https://desl.uclg.org/>

Para más información, por favor contacte: del.cglu@andaluciasolidaria.org

Los derechos de autor de esta publicación pertenecen a CGLU.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, copiada o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio, electrónico o mecánico incluyendo fotocopias, grabaciones o cualquier sistema de almacenamiento y recuperación de información, sin el permiso del propietario de los derechos de autor, CGLU.

Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea (UE) y la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Asdi).

Este contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no refleja necesariamente la opinión de CGLU, la UE o Asdi.

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN	pág. 4
2. CONTEXTUALIZACIÓN	pág. 5
2.1. Grandes desafíos globales	pág. 5
2.2. El Comercio Justo como herramienta de transformación económica	pág. 6
3. EJES ESTRATÉGICOS DEL COMERCIO JUSTO PARA GOBIERNOS LOCALES	pág. 8
3.1. Acción y alianzas locales	pág. 8
3.2. Empleo decente y sector informal	pág. 12
3.3. Respuestas ante retos globales	pág. 13
4. CONCLUSIONES	pág. 14

1. PRESENTACIÓN

El presente documento recoge las experiencias de la sesión #CitiesAreListening “Ciudades y comercio justo: alianzas locales y retos globales”¹, que tuvo lugar el 3 de febrero de 2021, con representación de ciudades y regiones de todo el mundo que expusieron el impacto de la epidemia en materia de economía y empleo, y dieron muestra de su esfuerzo en la promoción de un desarrollo económico local inclusivo y sostenible ante los desafíos enfrentados, a través de la herramienta del Comercio Justo.

Las experiencias #CitiesAreListening, lanzadas por Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), Metropolis y ONU-Hábitat son parte de un proceso más amplio de co-creación del Cabildo Público desarrollado conjuntamente entre los gobiernos locales y regionales y nuestros socios, reuniendo la visión de la organización mundial de un Pacto por el Futuro: para las personas, para el planeta y para los gobiernos. La sesión sobre inclusión económica, basada en los resultados de la experiencia previa #BeyondTheOutbreak, fue organizada por la Comisión de Desarrollo Económico y Social Local de CGLU, el Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional (FAMSI) y FairTrade International. Este espacio planteó un diálogo en el que líderes de GLRs y representantes de la sociedad civil y sus actores, identificaron los retos enfrentados y discutieron a cerca del Comercio Justo como vía para garantizar un desarrollo local capaz de aportar alternativas centradas en la transición ecológica y la lucha contra las desigualdades, articuladas desde una perspectiva de pacto social.

De acuerdo con el Decálogo de CGLU para la era posterior a COVID-19, “será esencial reequilibrar la relación entre el crecimiento económico, el medio ambiente y las prioridades públicas”². Así, el objetivo de esta sesión y su nota de aprendizaje será destacar la importancia de la colaboración desde el ámbito local para transformar nuestros patrones de producción y la dinámica comercial global hacia un sistema más justo. Las buenas prácticas y los aprendizajes extraídos de la jornada pretenden ser sistematizados en este documento y servir de herramienta para gobiernos locales y regionales, contribuyendo al Pacto para el futuro a través de la promoción del Comercio Justo como alternativa al sistema comercial convencional. Una alternativa que fomenta el desarrollo de los territorios mediante prácticas medioambientales y sociales más justas y respetuosas.

Con el Pacto para el Futuro, los gobiernos locales y regionales están manifestando un cambio de paradigma en la concepción de desarrollo económico territorial impulsando una recuperación resiliente en todas las dimensiones -personas, planeta y gobierno-, en la que el Comercio Justo constituye una oportunidad para transformar el modelo de producción y consumo desde abajo hacia arriba y sin dejar a nadie atrás.

El Comercio Justo, se identifica como una forma eficaz de contribuir a un Desarrollo Sostenible. A través de la aplicación de sus diez principios de producción y comercialización basados en el respeto, la cooperación, la sostenibilidad ambiental y la solidaridad, este incide directamente sobre diversas metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, especialmente el ODS 1 de Fin de la pobreza, el ODS 8 de Trabajo decente y crecimiento económico y el ODS 12 de Producción y Consumo Responsables³. También la aplicación de las prácticas de Comercio Justo tiene un impacto directo en los ODS 5 y 7 (no al trabajo infantil o forzado y no a la discriminación basada en la igualdad de género, respectivamente); y ODS 10 (respeto al medio ambiente).

Este documento recoge las principales propuestas para la recuperación de las experiencias presentadas en el diálogo, ordenadas en torno a tres ejes temáticos: acción y alianzas locales, empleo decente y sector informal y respuestas ante retos globales.

Para ello, el documento se estructura en tres bloques de contenido, pudiendo identificar un primer bloque de contextualización en el que se asientan los conceptos y dimensiones de la crisis ecológica y social en la que nos encontramos, seguido de un apartado destinado a definir los ámbitos más relevantes de actuación del Comercio Justo. El tercer bloque, presenta las contribuciones claves extraídas de las acciones compartidas en la jornada, clasificadas de acuerdo con los tres ejes temáticos planteados para esta sesión: Acción y alianzas locales, Empleo decente y sector informal y, Respuestas ante retos globales. Este bloque se acompaña de los ejemplos prácticos que dan muestra de las enseñanzas destacadas. Por último, se extraen una serie de conclusiones.

1. Más información sobre la sesión #CitiesAreListening Ciudades y comercio justo: alianzas locales y retos globales disponible en <https://www.citiesarelistening.uclg.org/es/sessions/fair-trade/>

2. CGLU (2020). Decálogo para la era posterior a COVID-19. Una oportunidad de tomar responsabilidad ante las generaciones futuras. https://www.uclg.org/sites/default/files/decatalogo_covid19.pdf

3. IDEAS (2017). El Comercio Justo y los ODS: un camino en común. https://ideas.coop/wp-content/uploads/2017/11/informeODS_Noviembre.pdf

2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. GRANDES DESAFÍOS GLOBALES

El momento actual precisa de la aplicación de medidas urgentes, ante las necesidades de nuestras sociedades en una crisis sistémica multidimensional. Como fue subrayado por quienes abrieron la sesión, son muchos los desafíos los que nuestras ciudades y comunidades encuentran hoy en día. De acuerdo con Roberto Di Meglio, especialista en desarrollo económico local de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la actividad económica ha sido considerada como un sistema cerrado y sin la influencia del entorno social y natural⁴. Esta desconexión entre la economía convencional y las bases materiales que permiten la vida, la ignorancia de la dependencia que tenemos los seres humanos, tanto de la naturaleza como de otras personas que cuidan de nuestros cuerpos, una tecnociencia enormemente poderosa que posibilita el incremento de la dimensión física de la economía, y la disponibilidad de energía fósil barata han conducido a conformar una forma de habitar el planeta profundamente incompatible con la organización de lo vivo.

También Emilia Saiz, Secretaria General de CGLU, Bernadia Irawati, Secretaria General de CGLU ASPAC, que moderó la sesión, y Darío Soto, CEO de Fairtrade Internacional, argumentaron la necesidad de construir desde el nivel local y transformar nuestras economías desde la proximidad, dando valor al conocimiento colectivo y la participación y teniendo en cuenta a los productores locales y a los consumidores.

Con el aumento de la incidencia del Cambio Climático, son cada vez más abundantes las pandemias y eventos climáticos extremos que suponen un gran impacto para los grupos productores agrícolas. El IPCC (Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático) concluye en un informe publicado el pasado año que limitar el calentamiento global a cerca de 1,5 °C o incluso a 2 °C es ya, a nuestro nivel de emisiones, un objetivo inalcanzable y por tanto con consecuencias catastróficas en todos los casos⁵. Estas son causantes de graves estragos en nuestro sistema alimentario y, por ejemplo, para el año 2050 se estima que se perderá hasta el 50% de la producción de café a causa de la crisis climática, originando importantes daños y pérdidas.

Estos eventos, ligados al aumento de las pandemias, producen a su vez otros desafíos como el aumento de las desigualdades o la migración forzada de personas desde zonas rurales a las ciudades en busca de unas mejores condiciones de vida⁶. Oxfam Internacional, publicaba el pasado año su último informe en el cual analizaban los impactos sociales del COVID-19. Este recoge que desde el inicio de la pandemia el número de personas que viven en condiciones cercanas a la hambruna se han multiplicado por seis⁷. Según el informe, los conflictos serían el principal factor de hambre desde que empezó la pandemia, seguido de las consecuencias económicas, aumentándose las desigualdades y agravando la pobreza: según las estimaciones, se prevé que el número de personas en situación de pobreza extrema llegue a los 745 millones a finales de 2021, lo cual indica un incremento de 100 millones de personas desde que comenzara la crisis sanitaria.

Otro de los grandes desafíos es el derivado de nuestro modelo de comunidad, las ciudades agrupan el mayor porcentaje de personas y, por tanto, de consumidoras, que precisan de grandes superficies para abastecerse. Las grandes plataformas comerciales se aprovechan de la ventaja que supone conglomerar la mayor proporción de consumidores logrando adquirir los bienes a precios muy reducidos, incluso por debajo del coste de producción soportado por las personas agricultoras.

“Será inevitable transformar la manera en que entendemos la producción y el consumo y pensar en el futuro del trabajo. No existe un solo tipo de economía, y el comercio justo será fundamental para garantizar que se aborde la informalidad en discusiones futuras”

Emilia Saiz, Secretaria General de CGLU.

Cabe citar además las transformaciones de los ecosistemas con repercusiones en nuestra salud que son consecuencia de la agricultura industrial a gran escala, la ganadería intensiva y un sistema alimentario transnacional controlado por grandes corporaciones, que vulneran la soberanía alimentaria de los pueblos y contribuyen al empobrecimiento de muchas comunidades productoras.

⁴ Yayo Herrero (2015). Apuntes introductorios sobre el Ecofeminismo. https://publicaciones.hegoa.ehu.eus/uploads/pdfs/278/Boletin_n%C2%BA43.pdf?148853985

⁵ Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2021). Cambio Climático 2021: Bases físicas. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2021/08/IPCC_WG1AR6-Press-Release-Final.es.pdf

⁶ Fernando Valladares, CSIC. Biodiversidad y COVID-19. <https://www.valladares.info/pandemias/>

⁷ Oxfam intermon (2021). The Hunger Virus 2.0. https://www.oxfam.org.za/wp-content/uploads/2021/07/the-hunger-virus-2.0_media-brief_en.pdf

El momento, como destacado por Emilia Saiz, es especial porque la pandemia de COVID-19 ha servido para evidenciar que debemos cambiar la manera de relacionarnos entre las personas, con los gobiernos y con nuestro planeta. Y dicho cambio debe suceder desde un nivel local, desde las comunidades, que poseen un rol protagonista en la construcción conjunta de un sistema que tenga en cuenta las condiciones de los productores y productoras locales, las personas consumidoras y las trabajadoras informales. Y, entendiendo que **el único modo de hacerlo es a través de la solidaridad, creando soluciones generalizables a todas las personas y, para ello, reinventando los gobiernos y la democracia**, pues si no lo hacemos será imposible cambiar cómo entendemos el consumo, la producción y nuestros trabajos. En palabras de Saiz, el primer paso que debemos asumir es que no existe un único tipo de economía. Nuestra perspectiva también debe reconocer las economías informales con las que lidiamos. Y es ese el aspecto particular que el Comercio Justo y el Comercio de proximidad comparten que enriquece el debate sobre la transformación de la economía y el papel que los gobiernos juegan en ella, conectar la proximidad y lo global es imprescindible⁸.

Los gobiernos locales y regionales cumplen con un papel esencial como impulsores del cambio en los patrones de consumo y producción, que permite a su vez la prestación de servicios inclusivos y justos, fomentando la preservación de los bienes comunes y la promoción de los derechos humanos⁹. En ese sentido, el Comercio Justo y el comercio de proximidad enriquecen el debate sobre la transformación de la economía y la función de los gobiernos, conectando de manera solidaria lo local con lo global; impulsando estrategias de desarrollo local que integran los diversos ámbitos de la vida humana.

2.2. EL COMERCIO JUSTO COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA

El movimiento del Comercio Justo se inició hace más de 60 años con el objetivo de cambiar las prácticas del comercio internacional y generar otras más sostenibles de producción y comercialización, bajo unos parámetros de responsabilidad y solidaridad con las comunidades productoras desfavorecidas.

Según la Carta Internacional del Comercio Justo, se trata de una **alianza comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional**. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de personas productoras y trabajadoras marginadas, especialmente en el Sur global. Las Organizaciones de Comercio Justo, respaldadas por los consumidores y las consumidoras, están activamente comprometidas en el apoyo a los productores, en la sensibilización y en la campaña por los cambios en las normas y prácticas del comercio internacional.

La Organización Mundial del Comercio Justo establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones, a través de los cuales el Comercio Justo **brinda la posibilidad de apoyar a los pequeños grupos productores y generar oportunidades de empleo decente, fomentando la transición a un trabajo estable y formal**. Además, la Compra Pública Responsable supone una herramienta vital para apoyar desde los gobiernos este fin.

⁸ Extraído de la intervención en el seminario de Emilia Saiz, Secretaria General de CGLU.

⁹ CGLU (2019). Declaración Política de Durban. Vislumbrando el futuro de nuestro renovado municipal internacional. https://www.uclg.org/sites/default/files/uclg_thedurbanpoliticaldeclaration_es_0.pdf

El Parlamento Europeo reconoce el Comercio Justo como una herramienta de Cooperación para el Desarrollo, así en el punto 5 de la Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo 2005/2245 (INI) aprobada en julio del 2006, se señala: “El sistema de Comercio Justo resulta ser un **instrumento importante para la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible**, y considera que, a largo plazo, podría facilitar una participación equitativa de los países en desarrollo en el sistema de comercio multilateral, garantizarles un acceso estable y sostenible al mercado europeo y aumentar la sensibilización de los consumidores”¹⁰.

De forma similar, las Naciones Unidas reconocen al Comercio Justo en su Documento de posicionamiento del grupo de trabajo de las Naciones Unidas sobre la Economía Social y Solidaria¹¹, como una herramienta para la promoción de sistemas agroalimentarios más justos.

COVID19 y Comercio Justo: un ejemplo de resiliencia comunitaria a través del Comercio Justo.

La prima social del Comercio Justo, un sobre precio que se paga a los grupos productores y que debe ser invertido de manera colectiva para el desarrollo comunitario, es una de las herramientas que el Comercio Justo aplica para combatir la pobreza. Según compartían Darío Soto, CEO de Fairtrade International y Xiomara Paredes, CEO de CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños/as Productores/as y Trabajadores/as de Comercio Justo), en el año 2020, los productores de Comercio Justo pudieron invertir dicha prima en equipamiento y protocolos de bioseguridad para la prevención del COVID-19, la adquisición de alimentos para las personas de las comunidades y la socialización de medidas de protección e higiene para las comunidades.

Asimismo, las organizaciones de Comercio Justo lograron la movilización de un total de 16 millones de euros destinándolos a fondos de emergencia y recuperación, así como se trató de reforzar las ventas manteniendo las cadenas productivas abiertas para asegurar los ingresos a los grupos productores.

¹⁰ Parlamento europeo (2005). Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo (2005/2245(INI)). <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/36f23154-3dc7-48ca-8ea2-cd5ed0acf9b8/language-es>

¹¹ Naciones Unidas (2014). Documento de posicionamiento del grupo de trabajo de las Naciones Unidas sobre la Economía Social y Solidaria. http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper_TFSSE_Esp1.pdf

3. EJES ESTRATÉGICOS DEL COMERCIO JUSTO PARA GOBIERNOS LOCALES

3.1. ACCIÓN Y ALIANZAS LOCALES

El Comercio Justo implica un sistema de relaciones diferentes que tiene en cuenta a las personas y al planeta y promueve estrategias de innovación social que cambien las formas en las que se relacionan las instituciones entre sí y con la sociedad. Esto alcanza un mayor impacto si además se comprende desde una estrategia de desarrollo económico local enfocada hacia la construcción de alianzas mediante el diálogo entre gobiernos, sociedad civil, sector empresarial y sindical.

Es por ello por lo que, para incrementar el impacto global y local de las acciones de Comercio Justo, así como para transformar y favorecer la implementación de políticas de consumo responsable, compra ética y promoción del Comercio Justo en y desde nuestras ciudades, es recomendable incidir sobre los diferentes ámbitos del Comercio Justo integrando los aspectos exitosos de las acciones analizadas, incidiendo particularmente en el establecimiento de redes y alianzas locales y globales y la compra pública bajo criterios éticos.

» **Establecimiento de redes y alianzas locales y globales**

El trabajo en red dentro del Comercio Justo nos permite unificar esfuerzos y ampliar miradas y perspectivas de trabajo, realizar campañas más representativas para todas las partes miembros maximizando los recursos disponibles y amplificando el alcance de la acción. Parte del éxito dentro del movimiento del Comercio Justo reside en su propia estructura de organización, basada en la cooperación y el establecimiento de redes como principal **estrategia para representar una alternativa económica sólida** frente a las grandes corporaciones transnacionales que dominan los mercados globales. El Comercio Justo contribuye así a la necesaria transición de un sistema internacional a un sistema interurbano, interdependiente y solidario de gobiernos locales. En este sentido, el movimiento internacional local y regional se estructura sobre la base de vínculos más estrechos entre un sistema de ciudades más equilibrado y el fortalecimiento de la continuidad entre lo urbano y lo rural¹², espacio en el que el Comercio Justo presenta avances importantes.

Ejemplo claro en esta línea es el de la CLAC, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños/as Productores/as y Trabajadores/as de Comercio Justo¹³, red que representa a todas las organizaciones de Comercio Justo de América Latina y el Caribe. La CLAC es entendida como la **herramienta de estas entidades de Comercio Justo para relacionarse internacionalmente, representando a sus miembros y promocionando sus intereses y el de sus comunidades**. Además de esta, la mayoría de las organizaciones de Comercio Justo se organizan de manera nacional mediante coordinadoras territoriales.

Otro buen ejemplo de alianzas dentro del Comercio Justo se encuentra vinculado la **obligatoriedad de los grupos productores a asociarse y establecer procesos democráticos** en los procesos de toma de decisiones en su participación en las redes de Comercio Justo. La alianza, en este sentido, más importante en nuestras ciudades es la de los gobiernos locales y la sociedad civil, que **deben tener plena confianza en sus respectivos desempeños, compartir objetivos y gobernanza**. Es un ejemplo de esta colaboración el establecimiento de redes¹⁴ y coordinadoras a nivel tanto local como internacional dentro del movimiento de Comercio Justo que permite desarrollar campañas de gran impacto, como la **campaña de Ciudades por el Comercio Justo**¹⁵. Esta campaña se encuentra en ejecución en un gran número de ciudades de todo el mundo, trabajando bajo criterios comunes y en cumplimiento de una serie de estándares reconocidos internacionalmente para promover la defensa de la justicia local y medioambiental.

Tres de las experiencias presentadas durante la sesión corresponden a ejemplos del desarrollo de esta campaña: en la ciudad de Quito, Ecuador; en España y en la región metropolitana de Nuremberg, Alemania.

Luis Robles, concejal del Ayuntamiento de Quito, Ecuador, compartía durante la sesión los logros y desafíos de Quito, Ciudad por el Comercio Justo desde 2015. Entre ellos, cabe destacar el trabajo en red del gobierno local, su Secretaría de Desarrollo Productivo y la Agencia de promoción económica *Conquito*. Las corporaciones locales trabajan junto a otros agentes del

¹² CGLU (2019). Declaración Política de Durban. Vislumbrando el futuro de nuestro renovado municipal internacional. https://www.uclg.org/sites/default/files/uclg_thedurbanpoliticaldeclaration_es_0.pdf

¹³ Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños/as Productores/as y Trabajadores/as de Comercio Justo. <https://clac-comerciojusto.org/>

¹⁴ European Union (2021). Best practices from the Fair Trade alliance of Bruges and Ebolowa. <https://europa.eu/capacity4dev/articles/cities-fair-trade-alliances-sustainable-chocolate-chain>

¹⁵ Datos sobre la campaña internacional de Ciudades por el Comercio Justo disponibles en <http://www.fairtradetowns.org/>

Comercio Justo en la ciudad, como las cooperativas, la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), UTE y las universidades. Con el objetivo común de la transformación de su economía hacia un modelo más justo, se trata de asegurar un mínimo del 10% de compra pública ética, se persigue la promoción de la Economía Social y Solidaria y el Comercio Justo y, el fortalecimiento de los puntos de venta de productos de comercio equitativo.

La ciudad de Quito presenta así acciones dirigidas tanto a las personas consumidoras como productoras. Se dedica especial esfuerzo a la generación de alianzas con la academia para incidir en la sensibilización a la comunidad y, recientemente, en el fortalecimiento de canales de comercialización digitales (plataformas e-commerce) para las comunidades productoras.

Desafíos de Quito, ciudad por el Comercio Justo:

- » Generar políticas públicas que permitan la optimización de espacios y mejoren los canales de comercialización y la distribución directa de los productores – Canales cortos de comercialización.
- » Fortalecer la asociatividad y los procesos integrales de producción y comercialización con innovación y valor agregado.
- » Incrementar los porcentajes de compra pública responsable.

En el caso de la Región Metropolitana de Nuremberg¹⁶, destacan las alianzas territoriales establecidas en torno a la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, que han logrado gran incidencia en todos los ámbitos. Se trata de una alianza de varios municipios en el sur de Alemania que se unieron para trabajar de manera conjunta proyectos y temas de interés común como el desarrollo sostenible, infraestructuras o la promoción de productos regionales. La alianza comprende una región de 3,6 millones de habitantes repartidos en 23 distritos y 11 ciudades sin distrito.

El movimiento de Comercio Justo en la región nace de un movimiento de base social formado hace décadas por comercios, ONGs, ciudades por el Comercio Justo, tiendas de comercio justo, etc., que generaron una red sólida hasta que en 2017 fuese declarada la primera región metropolitana por el Comercio Justo. Dentro de las estrategias puestas en marcha destacan acciones de “City marketing”, desarrollo de campañas conjuntas de sensibilización entre municipios, fomento de la Compra Pública responsable colectiva, generación de herramientas para asegurar la transparencia en todos los procesos, entre otras.

“Nuestra nueva estrategia es aportar un enfoque transformador para mejorar los medios de vida de los productores, a través del impacto de Fairtrade en el mundo, y empoderar a los consumidores para que sean ciudadanos responsables. Solos no lo conseguiremos, únicamente a través del trabajo combinado podremos establecer este vínculo”,

Darío Soto, director ejecutivo de Fair Trade International.

¹⁶ Datos sobre la región metropolitana de Nuremberg disponibles en: <https://faire-metropolregionnuernberg.de/>

Otro de los ejemplos de éxito presentados en esta línea es la campaña #Localízanos, por Xiomara Paredes de la CLAC, en la que han participado ocho ciudades de siete países latinoamericanos que lograron generar gran impacto en la promoción de los mercados locales y el consumo responsable a favor de las pequeñas productoras de Comercio Justo.

Las alianzas para maximizar el impacto del Comercio Justo deben suceder tanto a nivel interno como a nivel externo, con otros agentes y movimientos exógenos al Comercio Justo pero sensibles también a la transformación del modelo económico y la protección de los derechos humanos y del planeta. Ejemplo de ello, en España, es la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, en la que desde hace pocos años confluyen organizaciones de producción local y agroecológica en los grupos de trabajo de Comercio Justo de diversas ciudades.

Según David Comet, socio de la cooperativa IDEAS de Comercio Justo¹⁷, entidad coordinadora de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo en España, la promoción del comercio equitativo se une a otras reivindicaciones sociales, incorporando en su compromiso con el Comercio Justo la promoción de la producción local, sostenible y ecológica, hecho que resulta una alianza provechosa para ambas partes. De esta manera, esta alianza integra las demandas de la ciudadanía de seguir reduciendo el impacto medio ambiental de las prácticas de comercialización, haciendo propias las reivindicaciones de los productores locales y generando sinergias y espacios comunes que permitan promover un consumo sostenible global, que integre a las personas productoras locales y de Comercio Justo.

» Compra Pública Ética

Además de incentivar el cambio en el modelo de consumo, la contratación pública responsable puede garantizar la sostenibilidad y la coherencia social y ambiental de las políticas públicas, pues estas no sólo son el reflejo de la sociedad a la que representan, sino que orientan al mismo tiempo el camino hacia la consecución de las prioridades comunitarias. En Europa, por ejemplo, las contrataciones de las instituciones públicas tienen un peso de entre el 16 y el 18% del PIB, lo que la en una herramienta esencial para transformar el sistema de económico y de consumo y contribuir a paliar sus impactos.

La contratación del sector público bajo criterios de equilibrio social, medioambiental y económico configura un instrumento eficaz en la promoción de iniciativas de comercio justo. Así, se hace imprescindible que las políticas y medidas asociadas en la aplicación de la legislación sean coherentes con los objetivos de desarrollo social y vayan encaminadas al bien común. Es importante establecer y mejorar la normativa para defender la integridad de los trabajadores. La contratación pública debe ser ecológica, sensible a las cuestiones de género y debe establecerse de forma que pueda transmitirse desde el nivel internacional al local.

En Europa, La Directiva 2014/24 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero, sobre contratación pública, establece las bases estructurales para su utilización una herramienta estratégica para promover los objetivos que cada país establece y anima a los Estados a sacarle el máximo partido, contratando para alcanzar un crecimiento integrador, en el que se incluya a las pymes y empresas de la economía social, aplicando soluciones sostenibles y eficientes con los recursos.

¹⁷ Más información sobre IDEAS Comercio Justo disponible en: <https://ideas.coop/>

En el caso de la experiencia de la Región Metropolitana de Nuremberg, destaca su compromiso con la Compra Pública Responsable. Para ello, 70 municipios se unieron a través de la firma del **Pacto por la compra sostenible** a través del cual se comprometen a aprobar resoluciones del ayuntamiento y del distrito sobre la contratación pública sostenible, al desarrollo y la implementación de directrices de contratación sostenible y a la adquisición de productos sostenibles por valor de 8 millones de euros, entre otras. Mediante el Pacto, han generado una herramienta que permite medir el impacto de las compras públicas e identificar las necesidades de actuación sobre ofertas orientadas a la demanda, un panel que visibiliza **cómo** se están gestionando esos 8 millones de euros con el fin de asegurar la transparencia en los procesos. Además, esto contribuye a la difusión del trabajo realizado y la puesta en común de buenas prácticas de Compra Pública Ética, publicando no sólo los criterios de contratación aplicados sino también pliegos y listados de proveedores. Con el objetivo de sensibilizar con respecto al alcance de esta herramienta, han trabajado en la promoción de la amplia gama de suministros que comprende la compra pública responsable. En esta línea han desarrollado campañas como “La maleta de la contratación pública sostenible” y una exposición itinerante que tiene como objetivo informar a los empleados de los municipios sobre las opciones de compra pública sostenibles y las actividades en la región, así como recopilar ideas y sugerencias de los visitantes sobre cómo fortalecer el compromiso.

Para el favorecimiento de una Compra Pública Ética, no solo se hace indispensable trabajar desde y con los gobiernos locales, sino también, **incidir sobre las empresas suministradoras de los servicios susceptibles de ser contratados con información y asesoramiento** para poder acceder a las licitaciones y concursos de compra pública.

Tal es el caso de la experiencia compartida por **Liviana Zorzi, del Centro Regional del PNUD en Bangkok**¹⁸. Esta iniciativa nace con el objetivo de apoyar y asesorar tanto a los gobiernos locales como a las empresas sobre las mejores estrategias para una Compra Pública responsable efectiva. Para ello, el ecosistema empresarial es analizado y se identifica la relación entre los diferentes actores y partes interesadas. A partir de ese análisis, desarrollan estrategias de incidencia específica sobre cada actor del proceso de contratación pública. Sobre los gobiernos locales, sensibilizando y formando al funcionariado público sobre la importancia de abandonar la lógica del coste como único criterio válido para la contratación. Sobre las empresas suministradoras, interactuando con grandes multinacionales, pymes y microempresas, así como con startups y jóvenes emprendedoras/es en el desarrollo de un conjunto de herramientas de integridad empresarial mediante las que se facilita información sobre los principales estándares anticorrupción, sobre cómo cumplirlos y cómo tener acceso a licitaciones y concursos de compra pública.

¹⁸ Datos sobre el Centro Regional del PNUD en Bangkok disponibles en: <https://www.asia-pacific.undp.org/content/rbap/en/home/about-us/regional-hub.html>

3.2. EMPLEO DECENTE Y SECTOR INFORMAL

El Comercio Justo trata de asegurar el empleo de calidad y la salida de la pobreza de los grupos productores a través del establecimiento de relaciones comerciales éticas y respetuosas. En lo respectivo al trabajo, el Comercio Justo promueve el respeto de las normas locales y convenciones internacionales sobre libertad sindical y negociación colectiva, la eliminación de la discriminación favoreciendo un ambiente de trabajo seguro y saludable, y fomenta el desarrollo de capacidades de las personas trabajadoras.

El Comercio Justo asegura también la ausencia de trabajo infantil y forzoso. El trabajo infantil se concentra principalmente en la agricultura (71%), en el caso concreto del cacao, UNICEF estima que hay alrededor de 160.000 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.

Entre las prácticas comerciales que el Comercio Justo establece destacan el pago de un precio justo, establecido de mutuo acuerdo por todas las partes a través del diálogo y la participación, y sostenido por el mercado, es decir, la provisión de una remuneración socialmente aceptable en el contexto local considerado por las propias personas productoras como justo, y que tenga en cuenta el principio de pago por igual al trabajo entre mujeres y hombres.

Además, el Comercio Justo contempla el pago por adelantado de al menos el 50% de lo acordado si así es solicitado y el mantenimiento de relaciones comerciales a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que permitan a las personas productoras tener una estabilidad económica duradera, fomentando la inclusión económica y el desarrollo sostenible a nivel local.

Desde las experiencias ligadas al trabajo directo con las comunidades de productores podemos distinguir el trabajo realizado desde dos enfoques o estrategias distintas. Por un lado, el trabajo realizado en **Quito desde la campaña de Ciudades por el Comercio Justo**, en el que se promueven iniciativas legislativas con los actores locales para fortalecer la organización, capacitación y comercialización de los pequeños productores con enfoque social y solidario, puesto que, en Ecuador, existen multitud de productores que trabajan bajo principios del Comercio Justo pero que

desconocen las redes y certificaciones del Comercio Justo y/o están secuestrados por los intermediarios y precisan de apoyo para realizar esta transición.

De otro lado, **desde la CLAC trabajan directamente con los grupos productores de Comercio Justo** en Latinoamérica, incidiendo específicamente sobre los principales retos a los que estos se enfrentan, tales como los obstáculos en el acceso a mercados justos puesto que los canales comerciales tradicionales suelen estar dominados por las grandes corporaciones transnacionales, las trabas para percibir un precio sostenible, la falta de relevo generacional entre los productores, o la dificultad para combatir los efectos del Cambio Climático que acarrean grandes pérdidas para las personas productoras. El foco de las medidas de adaptación desarrolladas por CLAC se centra en las poblaciones más vulnerables, en los ambientes y ecosistemas más degradados y con mayor tendencia a continuar estos procesos, en la infraestructura y en los sectores productivos del país, en la gestión y manejo del recurso hídrico y en la articulación de los instrumentos de planeación.

Las acciones propuestas por la CLAC se dirigen al fortalecimiento de la gestión de la investigación y la transferencia del conocimiento, la mejorara del uso del territorio como estrategia para disminuir la vulnerabilidad, la mejorara de la capacidad de adaptación de las comunidades más vulnerables, el diseño e implementación de un arreglo institucional adecuado para la adaptación, la valoración y protección de la base productiva a partir de los bienes y servicios de la biodiversidad, y el fortalecimiento de la gestión de la cooperación y los recursos para la adaptación.

3.3. RESPUESTAS ANTE RETOS GLOBALES

En un momento en que se precisan soluciones de carácter urgente, cobra especial relevancia un movimiento transformacional común que, desde el nivel local y comunitario, incida sobre las personas y el planeta¹⁹. Resulta imperante visibilizar aquellas buenas prácticas que han conseguido establecer liderazgos compartidos desde todos los ámbitos: social, institucional y empresarial; estableciendo redes locales y globales basadas en el respeto y la transparencia.

Las iniciativas compiladas en la sesión conforman una serie de buenas prácticas para la promoción del Comercio Justo como herramienta económica de transformación. Especialmente, las enmarcadas en el programa internacional de Ciudades por el Comercio Justo, presentan una evolución y desarrollo estratégico territorial mantenido en el tiempo, llevando a cabo acciones coordinadas a distintos niveles de incidencia y lideradas colectivamente por grupos de trabajo conformados por productores y organizaciones de Comercio Justo, puntos de venta y gobiernos locales, entre otras.

“Es fundamental preguntarnos cómo los GLR pueden desempeñar un papel en el comercio justo para llevar la igualdad a todas las personas. En Asia, estamos viendo dificultades para conectar a los consumidores con los productores, y a menudo depende de los gobiernos locales alentar a los productores a desarrollarse”,

Bernadia Irawati, Secretaria General de CGLU ASPAC.

Incidir en la transformación de nuestro modelo económico hacia otros más justos precisa de acciones procedentes desde cada grupo de actores: grupos productores, organizaciones de Comercio Justo, comercializadoras, gobiernos locales, población civil consumidora, etc. Debemos actuar de manera no solo individual, sino colectiva, con el fin de incidir sobre las demás partes para la transición hacia un modelo económico más equitativo y respetuoso con las personas y el planeta. Desde el ámbito social, es de vital importancia que la sociedad civil participe desde su consumo individual de aquellas alternativas más justas y que como consumidores/as exijan a gobiernos y empresas que opten por el Comercio Justo.

En este sentido, varias de las experiencias presentes en la jornada mencionaban la importancia del compromiso de las personas consumidoras, de empresas responsables, y, de jóvenes y mujeres liderando estos cambios.

En el caso concreto de España, se mostraba el éxito logrado a través de las acciones de sensibilización, que han tenido un reflejo en el consumo de productos de Comercio ético. Según el último informe presentado por la Coordinadora Española de Comercio Justo, este alcanzó en 2019 un volumen económico de ventas de 138,5 millones de euros en el conjunto de España, lo que supone un incremento de más de 60 millones respecto al año anterior y en términos relativos un crecimiento del 78% respecto a 2018²⁰.

Actualmente, se aprecia también una tendencia de aumento en número y reconocimiento de la responsabilidad social y ambiental corporativa, son muchas las empresas que fortalecen la escala de valor de sus productos velando por el cuidado de las relaciones humanas y ambientales que se establecen a lo largo de toda la cadena de producción; es decir, demostrando los beneficios sociales y ambientales fruto de su actividad. Hecho también identificado por Fairtrade International, como una de las oportunidades del Comercio Justo en la actualidad: las empresas y las personas jóvenes emprendedoras se convierten en eje de cambio, conscientes de su papel en la economía y reflejo de la sociedad que apoya la labor comercial comprometida con los principios del Comercio Justo.

Desde las administraciones y gobiernos locales, señalaba Mareike Grytz, responsable Fair Trade en la Región Metropolitana de Nuremberg, una acción imprescindible comprendía el establecimiento de un **marco político favorable para generar cambio sistemático**. Desde ahí, que el rol de la administración local sea vital, no solo por la alta contribución que implica la compra pública ética, sino también por el apoyo a las alternativas de consumo ético facilitando el establecimiento de canales cortos y seguros de comercialización, el desarrollo de mercados locales y apoyando la labor de las organizaciones de Comercio Justo con recursos para los grupos productores y la promoción de proyectos de cooperación internacional.

19 Extraido de la intervención en el seminario de Emilia Saiz, Secretaria General de CGLU.

20 Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2019). Comercio Justo en España en 2019. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2020/10/Informe-Comercio-Justo-2019-def.pdf>

4. CONCLUSIONES

En un momento de crisis sistémica multidimensional como en el que nuestras sociedades encuentran, la economía traducida a través del comercio y el consumo colectivo e individual se erige como respuesta a muchos de los grandes desafíos identificados.

Para liderar cambios desde las ciudades, es importante institucionalizar las políticas de comercio justo a medio y largo plazo, e identificar los vínculos entre el comercio justo y el consumo sostenible, en particular en cadenas de alimentación. Las voces de las personas más vulnerables deben ser escuchadas y las herramientas locales deben proporcionar respuestas y traducirse en cambios globales. Integrar los derechos de consumidores y productores en nuestros sistemas ayudará a generar sinergias y espacios comunes para crear un comercio global justo.

Las políticas de comercio justo constituyen un camino hacia una cadena de suministro que facilitará la transparencia en términos de remuneración y el acceso a los mercados mundiales. En esta línea, la campaña de Ciudades por el Comercio Justo representa un ejemplo integrador de “incidencia en lo global trabajando desde lo local”, brindando un marco de trabajo para las ciudades, pero con la libertad pertinente para traducir con éxito los estándares o criterios fijados por la campaña a las necesidades e idiosincrasias locales. De esta forma, se logra incentivar el compromiso voluntario, la asociación urbano-rural y el establecimiento de redes de gobernanza regional con las empresas, la ciencia y la academia, la cultura y administración.

El comercio ético se postula como una solución de éxito tangible a través de la larga experiencia de las organizaciones de Comercio Justo, los grupos productores y personas consumidoras, que las instituciones internacionales legitiman y cuyas buenas prácticas se han puesto de manifiesto. En todas ellas, destaca la importancia de co-crear modelos de gobernanza, desde los niveles de gobierno locales y regionales y junto a la sociedad civil, promoviendo marcos políticos favorables y fiables, capaces de implicar a aquellos agentes de cambio que han demostrado aptitudes y liderazgos más que suficientes para dar forma a un futuro más sostenible y equitativo.



En colaboración con:



Con el apoyo financiero de:



Este documento ha sido elaborado con la ayuda financiera de la Unión Europea. El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva de CGLU y en ningún caso debe considerarse que refleja la posición de la Unión Europea.

Este documento ha sido financiado por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Asdi. Asdi no comparte necesariamente la opinión/las ideas/el punto de vista expresada/mostrada en este material. La responsabilidad de su contenido recae exclusivamente sobre su autor.