

Fernando Contreras



Gabriel Lacomba / Cooperant

Responsable de Màrqueting de Comerç Just d'Intermón Oxfam

La demanda d'unes relacions comercials més igualitàries i justes, expressades en el lema *Comerç, no ajuda!*, es plantejà per primera vegada a la Conferència de les Nacions Unides sobre Comerç i Desenvolupament (1964), i constituí el germen del que avui coneixem per comerç just. En aquella època, l'organització Oxfam Internacional duia a terme els primers experiments de comerç alternatiu.

Responsable de Marketing de Comercio Justo de Intermón Oxfam

La demanda de unas relaciones comerciales más igualitarias y justas, expresadas en el lema ¡Comercio, no ayuda!, se planteó por primera vez en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (1964), constituyendo el germen de lo que hoy conocemos por comercio justo. Por aquella época, la organización Oxfam Internacional llevaba a cabo los primeros experimentos de comercio alternativo.



© Intermón Oxfam / Nepal

Avui en dia, Oxfam Internacional lidera la campanya *Comerç amb justícia*, que reclama a governs, institucions i companyies multinacionals canvis en les regles del comerç. Per a aquesta organització, el comerç internacional pot donar beneficis als sectors pobres del món, sempre que els països rics eliminin totes les formes de subsidis i de dúpning, que tenen un impacte demolidor en els països en desenvolupament.

La seva filial espanyola, Intermón Oxfam, segona gairebé un centenar de grups productors de països del Sud en iniciatives de comerç just. D'aquesta manera, els productors s'asseguren l'accés al mercat internacional, unes condicions laborals i comercials justes i igualitàries, i un mitjà de vida sostenible.

Hoy en día, Oxfam Internacional lidera la campaña *Comercio con justicia*, que reclama a gobiernos, instituciones y compañías multinacionales, cambios en las reglas del comercio. Para esta organización, el comercio internacional puede traer beneficios a los sectores pobres del mundo, siempre que los países ricos eliminen todas las formas de subsidios y de dumping, que tienen un impacto demoledor en los países en desarrollo.

Su filial española, Intermón Oxfam, segunda a casi un centenar de grupos productores de países del Sur en iniciativas de comercio justo. De este modo, los productores se aseguran el acceso al mercado internacional, unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias, y un medio de vida sostenible.

Cooperant- Per què l'intercanvi comercial que respecta els principis del comerç ètic no es considera comerç just?

Cooperant- *¿Por qué el intercambio comercial que respeta los principios del comercio ético no se considera comercio justo?*

Fernando Contreras- El comerç just és una eina de desenvolupament que no sols cerca un intercanvi comercial entre els països del Sud i del Nord, en què prevalen els valors d'equitat i transparència, sinó que a més aconseguix que els productors petits ubicats als països més empobrits del sud del planeta puguin accedir a uns mitjans de vida sostenibles. És a dir, quan adquirim un producte de comerç just, no només assegurem que es compleixin els sis principis del comerç just (els productors han aconseguit un ingrés digne per la seva producció, no hi ha hagut explotació laboral infantil ni discriminació per raó de gènere, raça, religió, etc., i s'ha respectat el medi natural treballant de manera participativa), sinó que, a més, es prefinancen les cooperatives, s'estableixen relacions a llarg termini i se cerca el desenvolupament dels productors en inferioritat de condicions en els països més empobrits, amb la finalitat que el desenvolupament que puguin assolir aquestes cooperatives sigui sostenible en el temps. Només així podem considerar que un projecte és de comerç just.

Fernando Contreras- *El comercio justo es una herramienta de desarrollo que no sólo busca un intercambio comercial entre los países del Sur y del Norte, en el que primen los valores de equidad y transparencia, sino que además*



© The Fairtrade Foundation / Ecuador

consigue que los pequeños productores ubicados en los países más empobrecidos del sur del planeta puedan acceder a unos medios de vida sostenibles. Es decir, cuando adquirimos un producto de comercio justo, no sólo aseguramos que se cumplen los seis principios del comercio justo (los productores han conseguido un ingreso digno por su producción, no ha habido explotación laboral infantil ni discriminación por razón de género, raza, religión, etc., y se ha respetado el medio natural trabajando de manera participativa), sino que, además, se está prefinanciando a las cooperativas, estableciendo relaciones a largo plazo y buscando el desarrollo de los productores más desaventajados en los países más empobrecidos, con el fin de que, el desarrollo que puedan alcanzar estas cooperativas sea sostenible en el tiempo. Sólo así podemos considerar que un proyecto es de comercio justo.

C.- Per què els productes de comerç just tenen un sobrepreu?
C.- ¿Por qué los productos de comercio justo tienen un sobreprecio?

F. C.- A vegades, una matèria primera comercialitzada a través d'organitzacions de comerç just com el cafè, suposa per al pagès rebre fins al triple del que rebria per la mateixa mercaderia en els canals convencionals. A pesar d'això, el comerç just elimina els intermediaris no necessaris de la cadena d'aprovisionament, amb la qual cosa el diferencial de preu per al consumidor final és inexistent o molt baix (en el cas del cafè, tot just uns cèntims d'euro). Això no obstant, a les comunitats d'on prové el cafè, aquests cèntims d'euro es converteixen en escolarització per als fills dels artesans o pagesos, un habitatge digne o tenir accés a serveis sanitaris.

F. C.- En ocasiones, una materia prima comercializada a través de organizaciones de comercio justo como el café, supone para el campesino recibir hasta el triple de lo que recibiría por la misma mercancía en los canales convencionales. A pesar de eso, el comercio justo elimina aquellos intermediarios no necesarios de la cadena de aprovisionamiento, con lo que al final el diferencial de precio para el consumidor es inexistente o muy bajo (en el caso del café, apenas unos céntimos de



© Intermón Oxfam / Vietnam

euro). Sin embargo en las comunidades de las que proviene el café, esos céntimos de euro se convierten en escolarización para los hijos de los artesanos o campesinos, una vivienda digna o tener acceso a servicios sanitarios.

C.- Com decideix la seva organització amb quins col·lectius treballarà?

C.- ¿Cómo decide su organización con qué colectivos va a trabajar?

F. C.- A Intermón Oxfam cerquem treballar amb els productors més desfavorits en els països més empobrits. Per identificar aquests productors hem establert un sistema de baremació basat en quatre criteris:

- Índex de Pobresa Humana del país on radica el productor.
- Nombre de dones que participen en l'organització productora.
- Nivell de sostenibilitat de l'organització productora.
- Identificació i apropiació dels principis de comerç just per part de l'organització.

Treballant amb grups que maximitzen aquests quatre criteris –com seria un grup petit de dones radicat a qualsevol país de l'Àfrica subsahariana amb una clara orientació envers els principis del comerç just–, assegurem que el desenvolupament que fem arribar a aquest grup productor redundarà en una millora de les condicions de vida per a les persones de la comunitat, de manera sostenible.

F. C.- En Intermón Oxfam buscamos trabajar con los productores más desfavorecidos en los países más empobrecidos. Para identificar a estos productores hemos establecido un sistema de baremación basado en cuatro criterios:

- Índice de Pobreza Humana del país en el que está radicado el productor.

- Número de mujeres que participan en la organización productora.
- Nivel de sostenibilidad de la organización productora.
- Identificación y apropiación de los principios de comercio justo por parte de la organización.

Trabajando con grupos que maximizan estos cuatro criterios –como sería un grupo pequeño de mujeres radicado





© The Fairtrade Foundation



© Intermón Oxfam / Perú

en cualquier país del África subsahariana con una clara orientación hacia los principios del comercio justo—aseguramos que el desarrollo que estamos haciendo llegar a ese grupo productor, redundará en una mejora de las condiciones de vida para las personas de la comunidad, de manera sostenible.

**C.- Què determina l'Índex de Pobresa Humana (IPH)?
C.- ¿Qué determina el Índice de Pobreza Humana (IPH)?**

F. C.- L'IPH és un índex que publica el Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament i que mesura la privació en relació al desenvolupament humà. Enfront de l'Índex de Desenvolupament Humà (IDH), que mesura el progrés general d'un país pel que fa a aconseguir el desenvolupament humà, l'IPH reflecteix la distribució del progrés i mesura el retard de privació que hi continua havent.

És a dir, l'IDH calcula el desenvolupament d'un país d'acord amb tres dimensions bàsiques del desenvolupament humà: una vida llarga i saludable, els coneixements i un nivell decent de vida, per a la qual cosa es té en compte l'esperança de vida en el moment de néixer, els èxits educatius i el PIB real per càpita. En canvi, l'IPH mesura la privació pel que fa a les mateixes dimensions del desenvolupament humà bàsic que l'IDH. Les variables utilitzades en aquest cas són: el percentatge de persones que s'estima que moriran abans dels 40 anys d'edat, el percentatge d'adults analfabets i la privació quant a l'aprovisionament econòmic general, reflectit pel percentatge de la població sense accés a serveis de salut i aigua potable, i el percentatge de nins amb pes insuficient.

F. C.- El IPH es un índice que publica el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y que mide la privación en cuanto al desarrollo humano. Frente al Índice de Desarrollo Humano (IDH), que mide el progreso general de un país en cuanto a lograr el desarrollo humano, el IPH refleja la distribución del progreso y mide el retraso de privación que sigue existiendo.

Es decir, el IDH calcula el desarrollo de un país según tres dimensiones básicas del desarrollo humano: una vida larga y saludable, los conocimientos y un nivel decente de vida, considerando para ello la esperanza de vida al nacer, el logro educacional y el PIB real per cápita. En cambio, el IPH mide la privación en cuanto a las mismas dimensiones del desarrollo humano básico que el IDH. Las variables utilizadas en este caso son: el porcentaje de personas que se estima que morirá antes de los 40 años de edad, el porcentaje de adultos analfabetos y la privación en cuanto al aprovisionamiento económico general, reflejado por el porcentaje de la población sin acceso a servicios de salud y agua potable, y el porcentaje de niños con peso insuficiente.

“Comprant un producte de comerç just assegurem que moltes famílies puguin tenir un nivell de vida digne”

“Comprando un producto de comercio justo aseguramos que muchas familias puedan tener un nivel de vida digno”

C.- Com es determina el salari just a cada regió?

C.- ¿Cómo se determina el salario justo en cada región?

F. C.- Identificar què és un salari just no és una tasca fàcil. En molts dels països en què treballem no hi ha salaris mínims i la renda bàsica és distinta, fins i tot en el propi país, segons l'entorn (rural o urbà). Un salari just hauria de permetre a una família que treballa vuit hores diàries al llarg de tot l'any:

- Disposar d'una alimentació equilibrada per a una família mitjana.
- Ocupar un habitatge digne.
- Accedir a serveis de salut i educació per a tota la família.

En qualsevol cas, el salari que cobra un pagès o un artesà hauria de ser sempre superior al salari mínim.

F. C.- Identificar qué es un salario justo no es tarea fácil. En muchos de los países en los que trabajamos no existen salarios mínimos y la renta básica es distinta, incluso dentro del propio país, en función del entorno (rural o urbano). Un salario justo debería permitir a una familia que trabaja ocho horas diarias a lo largo de todo el año:

- Disponer de una alimentación equilibrada para una familia media.
- Ocupar una vivienda digna.
- Acceder a servicios de salud y educación para toda la familia.

En cualquier caso, el salario que cobra un campesino o un artesano debería ser siempre superior al salario mínimo.



© Intermón Oxfam / Perú

C.- Quines perspectives de creixement es presenten pel que fa a aquest comerç?

C.- *¿Qué perspectivas de crecimiento se presentan para este comercio?*

F. C.- El comerç just va creixent de manera exponencial, tant a Espanya com a la resta del món. Amb tot, encara suposa un percentatge molt baix de l'ingent volum de transaccions que es realitzen en el comerç internacional. Per això, és molt important incrementar el treball de sensibilització i d'informació a la ciutadania (treball que pot fer cada un de nosaltres des de casa seva). Nombrosos estudis demostren que quan un consumidor és conscient de com el seu acte de compra quotidià impacta de manera positiva (o negativa) en la vida de milions de persones treballadores que viuen a milers de quilòmetres del nostre poble o ciutat, la seva actitud davant la compra canvia i assumeix nous valors, més enllà del preu i la qualitat. El secret és la informació.

F. C.- *El comercio justo está creciendo de manera exponencial, tanto en España como en el resto del mundo. Sin embargo, todavía supone un porcentaje muy bajo del ingente volumen de transacciones que se realizan en el comercio internacional. Por ello, es muy importante incrementar el trabajo de sensibilización e información a la ciudadanía (trabajo que puede hacer cada uno de nosotros/as desde nuestra casa). Numerosos estudios demuestran que cuando un consumidor es consciente de cómo su acto de compra cotidiano impacta de manera positiva (o negativa) en la vida de millones de personas trabajadoras que viven a miles de kilómetros de nuestro pueblo o ciudad, su actitud frente a la compra cambia y asume nuevos valores, más allá del precio y la calidad. El secreto está en la información.*

“A Intermón Oxfam som partidaris de treure el comerç just del circuit alternatiu per tal de popularitzar-ne el consum”

“En Intermón Oxfam somos partidarios de sacar el comercio justo del circuito alternativo para popularizar su consumo”

C.- El nou segell de l'organització internacional Fairtrade Labelling Organizations (FLO), sembla que ha portat la divisió al si de les organitzacions que treballen en l'àmbit del comerç just.

C.- *El nuevo sello de la organización internacional Fairtrade Labelling Organizations (FLO), parece haber traído la división al seno de las organizaciones que trabajan en el ámbito del comercio justo.*

F. C.- Jo no diria que ha portat la divisió al si de les organitzacions de comerç just. El cert és que hi ha unes quantes organitzacions minoritàries, en el moviment de comerç just, que advoquen per una estratègia d'exclusió d'aquelles institucions o empreses que no actuen segons els seus paràmetres ideològics. Però la gran majoria d'organitzacions a escala mundial optem per l'estratègia d'aconseguir canvis en les pràctiques i actituds de les persones o institucions, l'activitat



© The Fairtrade Foundation

de les quals impacta en la vida de milers de persones als països del Sud. S'han aconseguit avenços significatius: com ara el que milions de persones aconseguirem, juntament amb Oxfam Internacional, en la disputa entre Starbucks i el govern d'Etiòpia, i que suposà el reconeixement legal del poble etiop com a propietari intel·lectual de les varietats de cafè que es produeixen en el seu territori.

FLO és una eina més del moviment de comerç just, l'objectiu de la qual és que les empreses col·laborin activament en la comercialització de productes de comerç just. El segell FLO ofereix al consumidor la garantia que els productes comercialitzats han estat auditats i que, en l'aprovisionament, s'han complert els principis de comerç just.

F. C.- *Yo no diría que ha traído la división al seno de las organizaciones de comercio justo. Es cierto que hay unas pocas organizaciones minoritarias, dentro del movimiento de comercio justo, que abogan por una estrategia de exclusión de aquellas instituciones o empresas que no actúan según sus parámetros ideológicos. Pero la gran mayoría de organizaciones a escala mundial optamos por la estrategia de conseguir cambios en las prácticas y actitudes de las personas o instituciones, cuya actividad impacta en la vida de miles de personas en los países del Sur. Se han logrado avances significativos: como el que millones de personas conseguimos, junto a Oxfam Internacional, en la disputa entre Starbucks y el gobierno de Etiopía, y que supuso el reconocimiento legal del pueblo etíope como propietario intelectual de las variedades de café que se producen en su territorio.*

FLO es una herramienta más del movimiento de comercio justo, cuyo objeto es que las empresas colaboren activamente



© The Fairtrade Foundation / Sri Lanka

en la comercialización de productos de comercio justo. El sello FLO ofrece la garantía al consumidor de que los productos comercializados han sido auditados y que, en su aprovisionamiento, se han cumplido los principios de comercio justo.

C.- De la mateixa manera, la presència de productes de comerç just en supermercats i grans superfícies, també és objecte d'un debat acalorat. Quina opinió en té?

C.- Del mismo modo, la presencia de productos de comercio justo en supermercados y grandes superficies, también es objeto de un acalorado debate. ¿Qué opinión tiene al respecto?

F. C.- Si volem que el comerç just sigui una alternativa real per al consumidor, hem d'apropar els productes als canals de distribució on la majoria de la ciutadania realitza les compres. A Intermón Oxfam som partidaris de treure el comerç just del circuit alternatiu per tal de popularitzar-ne el consum. Només així aconseguirem accedir a més persones als països del Sud perquè puguin beneficiar-se d'aquesta eina de desenvolupament. Algunes organitzacions utilitzen el comerç just per plantejar batalles ideològiques i obliden el que els productors dels països empobrits necessiten realment: un major volum de mercaderies comercialitzades en condicions justes, que generen desenvolupament en països empobrits on no hi ha moltes alternatives.

F. C.- Si queremos que el comercio justo sea una alternativa real para el consumidor, tenemos que acercar los productos a los canales de distribución donde la mayoría de la ciudadanía realiza sus compras. En Intermón Oxfam somos partidarios de sacar el comercio justo del circuito alternativo para popularizar su consumo. Sólo así conseguiremos acceder a más personas en los países del Sur para que puedan beneficiarse de esta herramienta de desarrollo.

Algunes organitzacions utilitzen el comerç just per plantejar batalles ideològiques, olvidando lo que los productores de los países empobrecidos realmente necesitan: mayor volumen de mercancías comercializadas en condiciones justas, que generen desarrollo en países empobrecidos donde no existen muchas alternativas.

C.- Formula alguna recomanació per a aquests dies?

C.- ¿Formula alguna recomendación para estas fechas?

F. C.- La història ens demostra que per canviar el món n'hi ha prou amb un petit gest, unit al d'altres moltes persones. Comprant un producte de comerç just assegurem que moltes famílies, a milers de quilòmetres en aquest món globalitzat, puguin tenir un nivell de vida digne. Puguin fer coses tan senzilles per a nosaltres i que valorem tan poc com obrir una aixeta, comprar un medicament bàsic o adquirir el material escolar per als seus fills o filles. El món necessita, cada vegada més, petits gestos que es converteixin en grans gestes a l'altra banda del nostre món. Perquè tots puguem viure la màgia de Nadal, fes el teu gest: compra productes de comerç just.

F. C.- La historia nos demuestra que para cambiar el mundo sólo basta un pequeño gesto, unido al de otras muchas personas. Comprando un producto de comercio justo aseguramos que muchas familias, a miles de kilómetros en este mundo globalizado, puedan llevar un nivel de vida digno. Puedan hacer cosas tan sencillas para nosotros y que tan poco valoramos como abrir un grifo, comprar un medicamento básico o adquirir el material escolar para sus hijos o hijas. El mundo necesita, cada vez más, pequeños gestos que se conviertan en grandes gestos en la otra orilla de nuestro mundo. Para que todos podamos vivir la magia de la Navidad, haz tu gesto: compra productos de comercio justo.