

Sobre el comerç just en general

Aquesta guia ha estat elaborada per la Xarxa de Consum Solidari, associació nascuda l'any 1996 que reuneix entitats i col·lectius catalans actius en el terreny del comerç just. És membre fundador de la Coordinadora Estatal de Comerç Justo.

Un moviment internacional - El comerç just és un moviment internacional que, des de fa més de trenta anys, es planteja un repte difícil: lluitar per una major justícia i igualtat de condicions en el terreny del comerç mundial. Milers d'organitzacions de solidaritat, de cooperació per al desenvolupament, cooperatives i col·lectius de productors del Sud han contribuït a teixir en aquests anys una amplíssima xarxa d'intercanvi, de suport mutu i de comercialització.

Des de les primeres botigues pioneres de la solidaritat, sorgides en els països del nord d'Europa, fins a les nombroses entitats importadores que avui es coordinen a través de l'EFTA (European Fair Trade Association), la IFAT (International Fair Trade Association) o d'altres associacions internacionals, aquest moviment s'ha vist en diverses ocasions reconegut i recolzat per diversos organismes internacionals. Cal citar la "resolució sobre la promoció de la justícia i la solidaritat en el comerç Nord-Sud", aprovada pel Parlament europeu el 1994 o el més recent Dictamen del Comitè Econòmic i Social de la UE.

Amb tot, el seu reconeixement més gran és representat per les consecucions en el terreny de la sensibilització i de la cooperació i, resultat molt més ambiciós i realment difícil d'aconseguir, per les quotes comercials assolides en aquests últims anys. L'últim anuari de l'EFTA parla de 3.000 botigues de comerç just consolidades a tota Europa, 45.000 punts de venda i una facturació calculada en més de 80 milions d'ECU (i aquesta és una dada de mitjans anys 90). Alguns productes "estrella", com el cafè, han consolidat quotes de mercat del voltant del 5% en països com Suïssa o Holanda, en una imparable dinàmica de creixement a tot el continent.

Per què comerç just? - Malgrat que les relacions econòmiques amb el mal anomenat "tercer món" ja no segueixin les rígides pautes d'espoliació de l'època colonial, la seva realitat està molt lluny de ser un idíl·lic intercanvi igualitari. La divisió internacional del treball segueix fent d'aquests països les reserves barates de matèries primeres, els preus de les quals són establerts pel "mercat", en aquest cas un eufemisme per definir els dictàmens de les grans corporacions econòmiques i industrials dels països avançats.

Encara més: en molts d'aquests països, l'herència colonial ha significat la permanència d'una economia gairebé exclusivament basada en l'exportació d'un o més productes bàsics, en molts casos productes agrícoles. És el cas de Filipines amb el sucre o d'Uganda amb el cafè. Això significa, entre altres coses, una dependència absoluta dels preus arbitraris que hem esmentat, la preeminència del monocultiu (amb totes les conseqüències ecològiques i socials que comporta) i la progressiva escassetat d'altres mitjans de subsistència.

Finalment, els països més rics s'han anat dotant d'eines per protegir les seves exportacions i els seus mercats: els elevats aranzels sobre els productes treballats i les fortes subvencions a l'exportació de molts dels seus productes agrícoles determinen una espiral cada cop més gran de desigualtat comercial a escala mundial. S'arriba així a veritables desastres econòmics i socials: el sucre subvencionat europeu envaeix i arruïna el mercat i els cultivadors de Filipines; el blat de moro d'Estats Units destrueix el mercat centre-americà. I no són els únics exemples de dúmping, encara que potser són els més emblemàtics.

Dit sigui de passada, el clamorós fracàs de les últimes reunions de l'Organització Mundial del Comerç (OMC) té l'origen en aquesta situació cada cop més injusta i cada cop més patent i en la negativa de molts països "de segon pla" de seguir arruïnant les seves precàries economies.

Els criteris del comerç just - Davant d'aquesta realitat, el moviment de comerç just va començar plantejant unes opcions concretes de desenvolupament. Amb el lema "comerç, no ajuda" es van portar a terme els primers projectes que pretenien establir noves bases, equitatives i solidàries, de les relacions comercials entre el Nord i el Sud.

A més de la intensa activitat de sensibilització i pressió política, es van establir uns criteris d'intercanvis econòmics amb els productors del Sud que resumim breument:

- Que els processos de cultiu i de producció siguin respectuosos amb el medi ambient.
- Que els productes siguin elaborats per petits productors agrupats en forma cooperativa o en altres alternatives de treball associat, assegurant en qualsevol cas condicions dignes de treball.
- Les operacions comercials són directes amb les contraparts, evitant així intermediaris i especuladors.

tres alternatives de treball associat, assegurant en qualsevol cas condicions dignes de treball.

- Les operacions comercials són directes amb les contraparts, evitant així intermediaris i especuladors.
- Garantir als productors un preu de compra just per als seus productes i per al procés d'elaboració. Aquest preu sempre és superior al que obtindrien a través del mercat tradicional.
- Garantir una cooperació a llarg termini amb els productors i un avançament dels pagaments per evitar, en la mesura que sigui possible, el recurs a préstecs bancaris.
- Invertir part dels beneficis en programes de desenvolupament comunitari.
- Garantir una transparència en els preus tant per als productors com per als consumidors.

No només de pa... - El moviment de comerç just no s'ocupa únicament de comercialitzar i distribuir els productes del Sud, sinó que té en el seu actiu moltes campanyes de sensibilització, algunes de les quals s'han revelat fonamentals per denunciar gravíssimes situacions. És el cas del mercat mundial del tèxtil i de les "maquiles" o de l'explotació del treball infantil. Les campanyes del moviment, que han involucrat i involucren parlaments nacionals, sindicats, organitzacions internacionals com la UNESCO i milions de ciutadans i ciutadanes, han donat una contribució important a la creació d'una nova consciència solidària arreu del món. Avui resulta més difícil per a qualsevol empresa, encara que lamentablement no impossible, passar-se per alt els drets bàsics de treballadors i treballadores en molts països en vies de desenvolupament. Saben que sectors importants de consumidors ben informats poden exercir el seu dret de vet, senzillament deixant de comprar els seus productes.

I aquesta, en realitat, és la gran força del moviment de comerç alternatiu. Per què un consumidor o una consumidora estan disposats a pagar més per un cafè solidari? Per què el moviment de comerç just no necessita grans inversions publicitàries perquè la facturació global de les seves organitzacions creixi any rere any? O senzillament és que la solidaritat és un valor comercial afegit?

En realitat, darrere de cada paquet de cacau o de cafè de comerç just venut existeix un fenomen social i polític que ja no es pot subestimar: l'emergent consciència de qui els compra; una crítica, potser modesta i en veu baixa, al món en què vivim a partir del que consumim diàriament.

A l'Estat espanyol - Aquí a casa, el comerç just ha trigat més temps a arrancar. Amb tot, el desenvolupament del moviment a la península ha estat espectacular: en pocs anys, les xifres del volum de vendes s'han multiplicat (a finals dels 90 es parlava de 700 milions de pessetes), així com el nombre d'associacions i col·lectius implicats i de voluntaris (més de 1.500). El 1996 es crea la coordinadora estatal de comerç just, amb l'objectiu de vetllar pel compliment dels criteris del comerç just i canalitzar la comunicació entre les diferents organitzacions de comerç alternatiu. Actualment representa una trentena d'entitats, presents a gairebé totes les comunitats autònomes.

Els reptes de futur - Obrir nous canals de comercialització, arribar a un públic més ampli, millorar imatge i qualitat, però sobretot seguir amb el compromís solidari de sempre. En aquest sentit, els reptes del comerç just s'estan ampliant: lluitar per la igualtat i la humanització de les relacions econòmiques i comercials entre el Nord i el Sud significa avui afrontar clarament una sèrie de qüestions de fons. Les reivindicacions dels camperols del Sud -i del Nord-, l'objectiu de la sobirania alimentària, el problema dels recursos naturals (aigua, biodiversitat, etc.) són, tots ells, aspectes que el moviment de comerç just no pot passar per alt.

Finalment, el model de consum responsable i solidari que es troba a la base del comerç just no pot prescindir d'un compromís en el terreny del consum i de l'agricultura ecològica i biològica, afavorint la creació o la consolidació de xarxes de consumidors conscients i crítics.