

[Especial Butlletí El Bon Cafè]

SETEM

15 anys movent-nos pel Comerç Just



Setem



EDITA:

SETEM Catalunya (www.setem.cat)

CONSELL EDITORIAL:

Eduard Cantos, Gemma Daban,
Ernest Garro, Nina González, Kai Schrader

COORDINACIÓ I TEXTOS:

Daniel Gomis

DISSENY I MAQUETACIÓ:

Toni Sánchez Poy

FOTOGRAFIES:

Quintana i SETEM Catalunya

IMPRESSIÓ:

Serafí - Indústria Gràfica Publicitària, SA

AMB EL SUPORT DE:

Ajuntament de Barcelona

Agència Catalana de Cooperació
al Desenvolupament

Agencia Española de Cooperación
Internacional para el Desarrollo



Barcelona, gener de 2011

DIPÒSIT LEGAL: B-10.437-2011

Impressió en paper ecològic

Índex

Comerç Just: orígens i principis	4
La nostra visió	6
Fites assolides	7
El nostre recorregut pel Comerç Just	10
Programa El Bon Cafè	10
Botiga de Comerç Just	12
Samarretes amb missatge	12
Festa del Comerç Just	12
Informes de Comerç Just	14
Campanya Roba Neta	16
Compra Pública Ètica	17
Guies de consum responsable	18
Recursos de sensibilització	18
Campanya Acords Comercials	19
Programa Àfrica	20
Programa Mesoamèrica	20
Cap a on anem?	26
Més informació i recursos	27



Presentació

Ja fa vora 15 anys, SETEM va començar a apostar pel Comerç Just com a moviment que feia realitat el somni d'una altra economia. D'aleshores ençà, no hem deixat de donar suport al que, des dels inicis, ha estat un moviment dinàmic, global i coherent amb uns valors de justícia, equitat i solidaritat, amb el qual ens sentim plenament identificats. En aquests anys, en definitiva, hem tractat de posar el nostre gra de sorra per fer que el Comerç Just fos més conegut i reivindicat per la ciutadania.

Des del començament vam voler impulsar les tres dimensions del Comerç Just. Això és, la facilitació d'uns canals de comercialització per a uns productes procedents de petits productors i productores al Sud que compleixen uns criteris basats en els principis d'igualtat; la sensibilització per a un consum responsable -un exercici de ciutadania crítica i amb voluntat transformadora, al capdavant; i la denúncia d'aquelles situacions que, sota l'única lògica de la maximització de beneficis, trepitgen els drets de les persones. Dimensions que, com vasos comunicants, es complementen i s'interrelacionen.

En aquests anys el Comerç Just, com a moviment multidimensional i viu que és, ha anat evolucionant. Han aparegut nous actors amb els quals SETEM ha treballat i amb qui ens hem complementat. A tall d'exemple, el fet que hagin aparegut organitzacions dedicades a la comercialització, ha facilitat que SETEM pogués concentrar els seus esforços en el que és el nucli de la nostra missió.

Això és, la sensibilització i la denúncia, per generar transformacions personals i socials que permetin disminuir les injustícies creixents en el comerç internacional.

Així mateix, al costat d'organitzacions i xarxes afins, al Nord i al Sud, hem anat ampliant el concepte del Comerç Just i apropant-nos, de forma natural, a espais de consum responsable, d'inversions ètiques o de producció cooperativa. Tot un conjunt d'iniciatives que, sota el paraigua de l'Economia Social i Solidària, tracten de conciliar els drets fonamentals de les persones amb les activitats comercials, financeres o de consum.

La publicació que teniu ara a les mans neix amb l'objectiu de plasmar aquests 15 anys de treball del Comerç Just global, així com d'analitzar el perquè d'aquest recorregut històric. Volem, d'una banda, visibilitzar la feina feta i, d'una altra, que aquesta evolució ens ajudi a reflexionar sobre el futur del moviment de Comerç Just i del nostre paper en ell.

En aquest camí seguirem avançant i tractant d'ampliar les xarxes de persones i organitzacions que volem superar un model predominant basat en l'individualisme, la insolidaritat i la dominació, i que volem avançar cap a la construcció d'un model alternatiu d'economia i de relació.

Eduard Cantos
 Director SETEM Catalunya



Comerç Just: orígens i principis

El Comerç Just neix durant els anys 60. En concret, l'any 1969 es va obrir la primera botiga amb productes de Comerç Just als Països Baixos i poc a poc la filosofia d'aquest moviment es va començar a estendre per tot Europa. Amb l'entrada en escena d'aquest nou fenomen es pretenia canviar l'essència de la cooperació que hi havia hagut fins aleshores entre els països de l'anomenat primer món, els països del Nord, i els països del Sud. Una cooperació que s'havia basat sobretot en "l'ajut" amb una perspectiva paternalista i de superioritat. D'aquesta forma, **el Comerç Just neix amb la visió de reclamar justícia i equitat més que no pas ajuda i pedaços** que provin de solucionar parcialment les situacions d'inferioritat en què es troben alguns dels països del Sud davant les pràctiques comercials eminentment proteccionistes que apliquen els països econòmicament més rics sobre els més empobrits.

Amb tot, **aquest moviment proposa un tipus de comerç sensiblement diferent del model predominant**, un comerç que sigui just per a totes les parts que entren en joc quan es produeix un intercanvi, i que sobretot permeti assolir als països del Sud el seu desenvolupament social i econòmic. **Es contraposa, doncs, des dels inicis, el concepte de Comerç Just al de comerç injust**. Així, davant els criteris únicament econòmics que el comerç internacional té en compte, **l'alternativa del Comerç Just afegeix valors ètics que engloben aspectes tant ecològics com socials i de gènere**.

Segons definició de la WFTO (Organització Mundial del Comerç Just), el Comerç Just és una relació d'intercanvi comercial basada en el diàleg, la transparència i el respecte que busca més equitat en el comerç internacional. Contribueix al desenvolupament soste-

nible oferint millors condicions comercials i garantint els drets de les persones productores i treballadores, moltes d'elles en risc d'exclusió social, particularment al Sud. Així mateix, pretén anar també més enllà de l'intercanvi, demostrant que són possibles unes relacions més justes en el comerç mundial. D'aquesta manera, el Comerç Just ressalta també la necessitat d'un canvi en les regles i pràctiques del comerç convencional, i mostra com un negoci amb èxit pot donar també prioritat a les persones. Així doncs, **algunes de les principals línies de treball** que inclou el Comerç Just es podrien resumir de la manera següent:

- **Facilitar l'accés al mercat dels petits productors i productores.** Amb la promoció de les formes tradicionals de producció, generalment no reconegudes al mercat internacional, s'aconsegueix que qui compra pugui comerciar amb qui produeix que, d'altra manera, quedaria exclòs del circuit convencional.
- **Establir unes relacions comercials sostenibles i equitatives.** Els preus i les condicions de pagament ja no depenen únicament de les condicions del mercat. La base econòmica de les transaccions en les relacions de Comerç Just té en compte tots els costos de producció, directes i indirectes, i això permet a les persones productores guanyar-se la vida de manera sostenible.
- **Potenciar el desenvolupament de capacitats i l'emancipació.** Les relacions de Comerç Just ajuden a entendre millor les condicions del mercat i les seves tendències a les organitzacions productores, així com també a desenvolupar els seus coneixements, habilitats i recursos a l'hora d'exercir més control i influència sobre les seves pròpies vides.

- **Sensibilitzar les persones consumidores i promoure la incidència política.** Amb la sensibilització de les persones consumidores, les organitzacions de Comerç Just poden propiciar amb més força una reforma de les regles del comerç internacional per aconseguir un sistema de comerç global just i equitatiu.
- **Entendre el Comerç Just com un “contracte social”.** El Comerç Just no és caritat, sinó una iniciativa per

al canvi i el desenvolupament mitjançant el comerç. D'aquesta manera, qui compra accepta implícitament fer més del que caldria en el mercat convencional, com per exemple, pagar uns preus justos i oferir suport per al desenvolupament de les capacitats productives. A canvi, les persones productores utilitzen els beneficis per millorar les seves condicions econòmiques i socials.

D'altra banda, també cal destacar **les tres dimensions essencials** que sostenen el moviment del Comerç Just des de l'origen:



1 Comercialització. A l'etapa inicial, predomina la preocupació “comercial” per trobar una sortida al mercat internacional dels productes del Sud, fent-los més competitius i de qualitat per a la venda al Nord. Això va originar la creació de xarxes i associacions de botigues i importadores, i es va anar traduint en un progressiu augment del volum de les operacions del Comerç Just, que va arribar fins i tot a les grans superfícies.



2 Sensibilització. A la dècada dels 80 i començament dels 90 s'entén la inquietud per promoure un consum responsable entre els ha-



3 Incidència política. En els darrers anys, s'ha accentuat la dimensió de denúncia i pressió política davant determinades pràctiques empresarials i polítiques comercials. Més enllà de la sensibilització ciutadana, es comença a exigir als governs del Nord que duguin a terme transformacions efectives a les relacions i pràctiques comercials entre els dos hemisferis. La pressió pretén que les administracions i les grans empreses assumeixin alguns dels criteris del Comerç Just.





La nostra visió

Des de SETEM Catalunya treballem les tres vessants del Comerç Just: la sensibilització, la denúncia i pressió política i la comercialització, posant més l'accent en les dues primeres, però considerant totes elles importants per tal de donar-lo a conèixer i poder exigir a les administracions públiques i als nostres governs un consum responsable, i un canvi real en les injustes estructures econòmiques mundials.

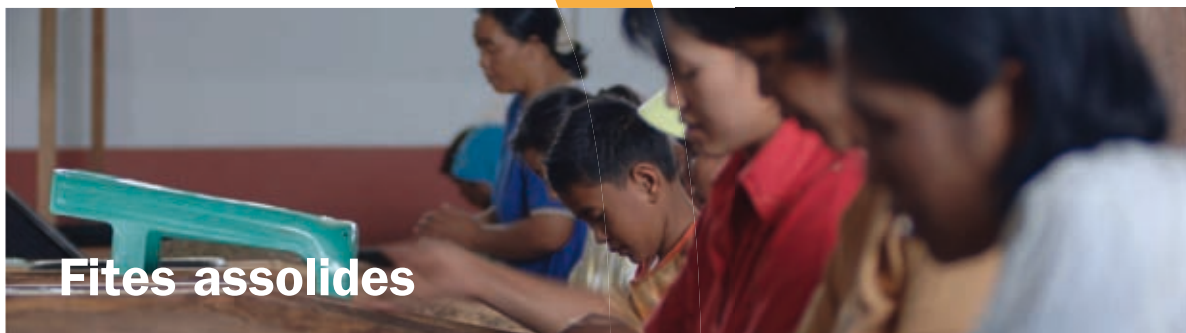
Pel que fa a la vessant d'**incidència política**, en primer lloc critiquem el model econòmic neoliberal, impulsat per organismes com l'Organització Mundial del Comerç (OMC), que imposa la privatització de serveis públics i de recursos naturals en benefici del capital transnacional. Qüestionem així el model agroexportador, que reproduïx l'antic esquema de la colònia en benefici de les grans empreses del Nord. Més comerç exterior no és sinònim de més desenvolupament. En segon lloc, denunciem les injustes polítiques comercials que els estats del Nord imposen als països empobrits, limitant l'accés als mercats del Nord dels productes del Sud mentre envaeixen els mercats locals del Sud amb productes europeus i nord-americans subvencionats per sota del preu de mercat i, sovint, de cost. I, en tercer lloc, no acceptem les pràctiques comercials abusives de les empreses transnacionals, que amb la seva gran influència sobre els preus fixats a escala mundial, extremadament baixos i fluctuants, exploten els productors i productores tant del Sud com del Nord.

D'altra banda, considerem que la reflexió que porta a adquirir un producte de Comerç Just –un acte de consum– ha de ser la mateixa que porti a consumir menys i a fer-ho críticament –acte polític i solidari–. La **sensibilització** en favor del Comerç Just s'ha d'inscriure, per tant, dins l'educació per a un consum responsable que incideixi en la transformació del model de producció. Així mateix, la preocupació del moviment del Comerç Just per un desenvolupament

sostenible implica també aconseguir el compromís i la mobilització de la ciutadania en favor d'un canvi en l'actual model econòmic que només beneficia uns pocs.

Així doncs, **a SETEM Catalunya entenem el Comerç Just com una crítica de l'actual sistema de comerç internacional i com la demostració que un altre tipus de comerç és possible**. En aquest sentit, des de fa uns quants anys hem posat en marxa diverses campanyes que denunciïn els impactes negatius de les grans empreses i bancs sobre el desenvolupament dels països del Sud. També hem engegat diverses accions contra els acords de lliure comerç entre la Unió Europea i els països sud-americans i africans. I considerem la sensibilització i l'educació per un consum responsable de la ciutadania del Nord un element bàsic, tant per a la consolidació d'aquest comerç alternatiu com per a l'èxit de propostes de societat i de models econòmics més justos, sostenibles i solidaris.

Tal com veurem a continuació, aquest és l'esperit que ha impulsat i segueix impulsant les nostres campanyes, programes, iniciatives i accions relacionades amb el Comerç Just durant tots aquests anys. De la mateixa manera, aquesta visió panoràmica que ens ha portat a qüestionar obertament els injustos mecanismes que regeixen l'actual model de consum i comerç predominant, conscienciant sobre les seves causes i cridant a la mobilització per canviar les regles del joc, ens ha portat a establir sinergies i unir esforços per tal d'arribar encara més lluny. Així, **el treball en xarxa** ha estat cabdal per a SETEM Catalunya i la seva tasca de difusió dels valors del Comerç Just, tal com han demostrat les col·laboracions amb la Coordinadora Estatal de Comerç Just, les diverses contraparts d'Àfrica i Sud-amèrica, la Xarxa Catalana per la Compra Pública Ètica, la Plataforma Europea de la Campanya Roba Neta o les entitats de la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica.



Fites assolides

1969 >> S'obre als Països Baixos la primera botiga de Comerç Just.

1973 >> S'importa el primer cafè de CJ procedent de cooperatives de Guatemala.

1986 >> Inauguració de les dues primeres botigues a Espanya: a Andalusia i al País Basc.

1988 >> Neix als Països Baixos el primer segell de CJ (Max Havelaar).

1990 >> Neix a Holanda la Clean Clothes Campaign amb l'objectiu de millorar les condicions de treball al sector tèxtil.

1991 >> El Parlament Europeu adopta la Resolució sobre el consum del cafè com una forma de donar suport actiu a petites propietats de cafetars del Tercer Món i la introducció de la seva producció de cafè a les institucions europees.

>> Es comencen a comercialitzar les samarretes de SETEM amb missatges sensibilitzadors de les desigualtats Nord-Sud.

1993 >> El grup local Comerç Sense Fronteres impulsa a Terrassa la primera botiga de CJ a Catalunya: Alternativa3.

1995 >> Diverses ONG catalanes –entre elles SETEM– aprofiten l'impuls inicial de la cooperativa Alternativa3 per començar a divulgar els valors i les propostes del moviment internacional del CJ a Catalunya.

1996 >> Neix a Espanya la Coordinadora Estatal d'Organitzacions de CJ.

>> Espanya aprova una Proposició no de llei a la Comissió de Cooperació del Congrés dels Diputats que valora positivament el CJ.

1997 >> Neix FLO, associació que agrupa les 17 organitzacions que regulen la concessió del segell de Producte de Comerç Just (14 països europeus, Canadà, EUA i Japó).

>> El Parlament de Catalunya aprova una Proposició no de llei de reconeixement i suport al Comerç Just i Solidari.

>> La Generalitat incorpora les primeres màquines amb cafè de CJ promogudes per SETEM.

>> Neix la Campanya Roba Neta (versió de la Clean Clothes Campaign), promoguda i coordinada a l'Estat espanyol per SETEM.

1998 >> S'inicia a SETEM Catalunya el programa de promoció del CJ i suport als petits productors i productores "El Bon Cafè".

>> SETEM dona suport a la Marxa mundial contra l'explotació laboral infantil al seu pas per Catalunya.

2000 >> S'inicia a Barcelona la Festa del Comerç Just, coordinada per SETEM Catalunya i amb la participació de nombroses organitzacions i grups locals.



2001

>> Acció "Made in DD.HH." de la Campanya Roba Neta per reclamar més transparència a les cinc principals empreses tèxtils espanyoles, i participació en la Junta d'Accionistes d'Inditex.

2002

>> FLO crea un segell únic que aplega tots els creats anteriorment.

2003

>> Les Nacions Unides aproven les Normes sobre responsabilitats de les empreses en els drets humans.

>> Intercanvi d'experiències i coneixements sobre producció, transformació i comercialització de cafè de Comerç Just amb les cooperatives El Pinal i Apecafé d'El Salvador i Más Cafè de Chiapas.

>> La Festa del Comerç Just s'estén per la geografia catalana.

2004

>> SETEM coordina la publicació *El Comerç Just a Catalunya. Informe 2000-2002* i l'anuari *"El Comercio Justo en España 2004"*.

>> Neix el programa Compra Pública Ètica de SETEM.

>> La Campanya Roba Neta impulsa amb Intermón Oxfam, CCOO i UGT la campanya Juga net a les Olimpíades, gràcies a la qual més de 50.000 espanyols van reclamar el respecte dels drets laborals a les empreses de material esportiu Puma, Nike, Fila, Adidas, Reebok i Asics.

>> S'aconsegueix que el Fòrum Universal de les Cultures Barcelona 2004 accepti consumir exclusivament cafè i sucre de CJ en tot el recinte.

2005

>> Nou projecte amb cooperatives centre-americanes de cafè de CJ (participen Compras de Chiapas, Apecafé d'El Salvador i Cafenica de Nicaragua) en col·laboració amb l'ONG britànica Twin.

>> El Programa d'introducció de cafè de CJ en el sector del *vending*, estén el seu àmbit d'actuació més enllà de Catalunya i es comença a introduir el consum de sucre de CJ en màquines i cafeteries.

>> SETEM participa activament en la posada en funcionament de la nova Associació del Segell de Productes de Comerç Just i participa en la Junta.

>> Se signen convenis de col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya per impulsar la introducció de productes de CJ a les administracions públiques catalanes. La Generalitat s'incorpora a la Xarxa per la Compra Pública Ètica.

>> SETEM Catalunya rep el Premi Acció 21 de l'Ajuntament de Barcelona per impulsar la Xarxa per la Compra Pública Ètica.

>> La Festa del Comerç Just rep el 12è Premi del Voluntariat de la Generalitat de Catalunya per l'organització dels nombrosos voluntaris en les diferents edicions. Aquests superen ja el miler.

2006

>> Entra en vigor a l'Estat espanyol el segell de Comerç Just.

>> Es reforça el treball conjunt entre l'AFN (Xarxa Africana de CJ) i la Coordinadora Llatinoamericana i del Carib de Comerç Just (CLAC), i es dona suport a l'entrada d'aquesta última a l'Associació del Segell de productes de CJ com a soci de ple dret.



2006 >> S'inicien els primers contactes amb els representants de productors i productores africans.

>> Organitzacions de petites productores de cafè de CJ de Mèxic, Nicaragua, Hondures, Perú i Guatemala disposen d'un estand a la Fira Hos-telco de Barcelona gràcies al suport de SETEM.

>> SETEM organitza les Jornades Internacionals "Quin futur per al Comerç Just?" que apleguen a Barcelona representants del moviment de CJ de països del Nord i del Sud.

>> El programa "El Bon Cafè" de SETEM supera el mig centenar de convenis signats amb empreses *vending* i arriba gairebé als tres milions de tasses de cafè servides durant aquest any.

2007 >> La Festa del Comerç Just incorpora la Banca Ètica.

>> S'inicia un nou procés de col·laboració amb cinc organitzacions de petites productores de cafè de CJ de Mesoamèrica: Apecafé (El Salvador), Cafenica (Nicaragua), Compras (Mèxic), Manos Campesinas (Guatemala), Mas Café (Mèxic) i la RedCafé-Clac (xarxa que agrupa a totes les organitzacions de famílies de petites productores de cafè de Comerç Just de Llatinoamèrica i el Carib).

>> Elaboració de la *Guia per al consum de productes de comerç just en institucions públiques* en conveni amb la Generalitat de Catalunya.

>> S'aconsegueix incorporar el sucre de CJ a totes les màquines de *vending* de la Universitat Autònoma de Barcelona.

2008 >> SETEM dona suport a la campanya internacional STOP-EPA, que denuncia els Tractats de Lliure Comerç (TLC) i els acords d'Associació Econòmica (EPA) entre la UE i Àfrica.

S'inicia una recerca sobre els EPA i el seu impacte a l'Àfrica Occidental amb l'organització africana ENDA Tiers Monde.

2009 >> La Festa del Comerç Just i la Banca Ètica arriba a 85 municipis i celebra 10 anys sortint al carrer per potenciar el coneixement i les propostes del CJ entre la població catalana.

>> Realitzem les jornades "Comerç Just: per unes polítiques comercials justes" a Madrid, on fomentem el debat entre experts de l'Àfrica, l'Amèrica Llatina i el Carib i representants del Ministeri de Comerç i el Ministeri d'Afers Exteriors i Cooperació.

>> L'organització Cecocafen de Nicaragua, sòcia de SETEM al programa Mesoamèrica, ven cafè de CJ a l'empresa catalana Cafès Novell.

>> Donem suport a l'obertura a Dakar (Senegal) d'una oficina d'incidència política per al CJ de l'organització COFTA.

>> Col·laborem amb l'organització ENDA per dur a terme una recerca sobre la clàusula del grau de liberalització dels mercats africans. Els representants polítics dels governs de l'oest d'Àfrica utilitzen aquest estudi per a la negociació dels acords comercials amb la UE.

>> "Els blocs del món", d'*El Periódico de Catalunya*, incorporen el testimoni d'una cooperant del projecte de Comerç Just de SETEM a El Salvador.

2010 >> Presentem *Quin comerç per a quin desenvolupament?*, document de reflexió sobre les polítiques comercials de la UE i els seus impactes a l'Amèrica Llatina i l'Àfrica.

>> La Festa del CJ inicia la seva segona dècada de vida amb la participació rècord de més de 70.000 persones.

>> La Coordinadora Estatal de CJ i SETEM presenten conjuntament l'informe *El Comerç Just a Espanya 2009. Qüestió de Gènere*.

>> El Programa Compra Pública Ètica de SETEM coordina a l'Estat espanyol la campanya europea de compra pública sostenible d'ordinadors *Procure IT Fair*.





El nostre recorregut pel Comerç Just

Programa El Bon Cafè

El programa "El Bon Cafè" de promoció del Comerç Just i suport als petits productors i productores neix l'any 1998 a SETEM Catalunya. En el transcurs dels anys, altres membres de la Federació SETEM s'hi van anar incorporant.

El seu àmbit d'actuació ha estat el territori català i espanyol, i hem treballat en estreta col·laboració amb les àrees geogràfiques en les quals s'ha desenvolupat del 2008 al 2010 el **Programa d'enfortiment de capacitats de petits productors/es de Cafè de Comerç Just**: Mèxic, Guatemala, Nicaragua i El Salvador.

Les seves **principals línies d'acció** han estat:

- Sensibilitzar la ciutadania en relació a la problemàtica del comerç internacional i les propostes del Comerç Just.
- Promocionar el consum de cafè de Comerç Just en institucions públiques, universitats i empreses.
- Implicar a les empreses en la pràctica del Comerç Just.
- Donar suport als grups de famílies caficultores dels països productors.

Després del petroli, el cafè és la matèria primera que mou més volum de negoci a qualsevol part del món, i una de les que generen més desigualtats. En un context on les grans empreses multinacionals tenen via lliure per aplicar les seves polítiques comercials més agressives, els petits productors i productores de cafè, fins

fa poc totalment dependents dels àvids intermediaris locals, han iniciat un procés de construcció d'estructures organitzatives, productives i comercials capaces d'exercir una influència positiva en les condicions de vida de les seves comunitats, fent-se així un espai a les xarxes internacionals de distribució de cafè. **El Comerç Just dóna suport a aquests processos i aposta per l'emancipació dels camperols i camperoles desfavorits per tal que puguin ser els responsables del seu propi destí.**

El cafè de Comerç Just prové d'organitzacions de petites productores, generalment cooperatives, a les quals es paga un preu just pel seu excel·lent cafè. El preu que paga el Comerç Just a les cooperatives caficultores ha de permetre a les famílies camperoles cobrir els

"Per cada tassa de cafè que bevem només el 2% es destina qui produeix. Per donar a conèixer aquesta realitat, vam impulsar una campanya per apropar el cafè de Comerç Just a les universitats de tot l'Estat. A més, el web interactiu www.demanacafejust.org va permetre als estudiants informar-se sobre el moviment del Comerç Just, calcular la seva despesa de cafè, i enviar una signatura per sol·licitar als departaments de compres de les universitats que a les màquines i cafeteries es pogués consumir cafè de Comerç Just".

**[ANNA FERNÁNDEZ,
TÈCNICA DE CAMPANYES
DE SETEM CATALUNYA]**



costos de producció del cafè i sortir de la misèria. En unes condicions més dignes, **les famílies camperoles organitzades en cooperatives tenen més possibilitats de desenvolupar-se a la seva comunitat sense haver d'emigrar.**

Com a conseqüència de la necessitat d'impulsar canvis en un model de comerç internacional molt desigual i promoure alternatives de consum més respectuoses amb les persones, **SETEM Catalunya va posar en marxa l'any 1998 una reeixida campanya de foment del cafè de Comerç Just.** La iniciativa, que va ser possible gràcies als acords de col·laboració amb la cooperativa Alternativa 3, les empreses torradores i distribuïdores Cafès Saula i Cafès Batalla, i més de 40 empreses de màquines automàtiques (*vending*), va permetre engegar un procés de difusió d'aquest tipus de cafè als llocs de treball i estudi (empreses, universitats, etc), als bars,

cafeteries i restaurants, i als supermercats i botigues d'alimentació convencionals.

D'ençà que es va iniciar aquest procés, han estat moltes les empreses i institucions que no han trigat a entendre que canviar el cafè que serveixen a les seves dependències pot ser una eina de gran utilitat per incrementar el seu compromís amb un món més just. De fet, les nombroses mostres de suport rebudes (entre les quals cal destacar els convenis amb la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i l'Obra Social de Caixa Penedès) han possibilitat que el sector de la venda de productes mitjançant màquines expenedores o *vending* s'hagi anat convertint amb els anys en un dels canals de distribució que més ha fet créixer el consum de cafè de Comerç Just al nostre país. L'any 2007 es van arribar a comptabilitzar més de 700 màquines acreditades per SETEM repartides per Catalunya, País Basc, Madrid, Navarra i Galícia.



Botiga de Comerç Just

Des de començament dels anys 90, a SETEM tenim la nostra pròpia botiga de Comerç Just, que es pot considerar **una de les primeres a Catalunya dins la seva especialitat**. Oferim una gran varietat d'articles (alimentació, artesanian, productes tèxtils, llibres, etc.) procedents de grups productors de diversos països d'Amèrica Llatina, Àfrica i Àsia. Tots els productes disponibles provenen dels països del Sud i han estat elaborats seguint els criteris del Comerç Just.

Samarretes amb missatge

Les samarretes de SETEM, que s'han comercialitzat cada any des del 1991, segueixen sent **un dels nostres productes estrella amb més unitats venudes**. Molt identificades amb els voluntaris de l'entitat, que tradicionalment les venen per ajudar-se a finançar el cost dels Camps de Solidaritat, es caracteritzen per uns dissenys reivindicatius (obtinguts cada any mitjançant un concurs obert) que pretenen ser un element més de sensibilització al carrer de les desigualtats Nord-Sud. A partir de 1996, les samarretes van començar a ser de Comerç Just procedents de la cooperativa BRAC Aarong de Bangla Desh. L'any 2005 es van confeccionar per primera vegada de cotó orgànic mitjançant la producció a la Cooperativa Rajlakshmi & Maikaal Fibres de l'Índia,

que va permetre beneficiar directament unes 1.100 famílies, les quals van passar a rebre entre un 30% i un 50% més d'ingressos que amb el cotó convencional.

Festa del Comerç Just

En poc més d'una dècada de vida, la Festa del Comerç Just s'ha convertit en una activitat lúdica i educativa de referència a tot Catalunya. Aquesta iniciativa se celebra un cop l'any i **té com a principal objectiu potenciar el coneixement dels valors i les propostes del Comerç Just entre la població catalana**: a través d'exposicions, xerrades, conferències, actuacions musicals, activitats infantils, espais de venda i degustació de productes, etc.

Des dels seus orígens, la Festa del Comerç Just té **tres grans reptes**: establir xarxes entre les entitats socials de solidaritat, realitzar accions concretes arreu del territori català i arribar a un públic cada vegada més ampli mitjançant la presència als mitjans de comunicació.

Els **precedents** es remunten al 17 de maig de l'any 2000, quan el vaixell *Estel* va fer escala al port de Barcelona en la seva travessia pel Mediterrani d'un mes de durada. L'objectiu d'aquell viatge era apropar el Comerç Just a la ciutadania allà on el vaixell s'aturava. Qui pujava a bord d'aquell veler podia degustar productes de Comerç Just i escoltar, de primera mà,





les propostes sobre aquest moviment de persones involucrades a construir una alternativa, sòlida i real, al comerç internacional.

Així doncs, la Festa del Comerç Just va néixer coincidint amb l'arribada del segle XXI, i des d'aleshores va anar experimentant progressivament una acollida cada vegada més bona entre els barcelonins i les barcelonines. L'èxit inicial de la Festa del Comerç Just a Barcelona va motivar que les ONG organitzadores es plantegessin estendre-la a altres poblacions catalanes. I així, des de l'any 2003, **molts grups locals i ajuntaments han fet possible que la Festa hagi anat arribant a prop d'un centenar de municipis de la geografia catalana.**

L'any 2007 la Festa va incorporar FETS (Finançament Ètic i Solidari) com a nova entitat col·laboradora en l'organització i això va donar peu a **complementar el missatge sensibilitzador del Comerç Just amb la temàtica de les Finances Ètiques.** Una altra data assenyalada va ser el 9 de maig de 2009, quan 50 països i 500 ciutats de tot el món van celebrar el Dia Internacional del Comerç Just reclamant la construcció de la pau a través del desenvolupament d'un comerç equitatiu. A Catalunya, fins a 85 municipis es van unir a la proposta d'una manera ben especial: aprofitant per celebrar a més **el 10è aniversari de la Festa.**

En l'àmbit general, **la Festa del Comerç Just i la Banca Ètica l'organitzem actualment un consorci de cinc entitats catalanes:** Alternativa3, FETS-Finançament Ètic i Solidari, Intermón-Oxfam i la Xarxa de Consum Solidari, sota la coordinació de SETEM Catalunya.

"10 anys de Festa a Catalunya han contribuït a incrementar el coneixement del Comerç Just per part de la població catalana, passant de gairebé un 27 % a l'any 2003 a un 44% al 2009. D'altra banda, el fet de ser una activitat organitzada conjuntament entre les organitzacions de Comerç Just i Banca Ètica de tot Catalunya li ha donat una gran representativitat, que, a més, s'ha vist reforçada amb la presència a gairebé 100 municipis. D'aquesta manera, la Festa s'ha convertit en una de les principals accions sensibilitzadores amb més participació dins del territori català".

[ERNEST GARRO, COORDINADOR DE LA FESTA DEL COMERÇ JUST I LA BANCA ÈTICA]



Informes de Comerç Just

Periòdicament i des de començament del 2000, SETEM ve duent a terme una sèrie d'informes que analitzen a fons el Comerç Just a Catalunya i a l'Estat espanyol com a element d'estudi, reflexió i debat.

L'any 2003 varem realitzar el **primer estudi sobre l'evolució del Comerç Just a Catalunya entre els anys 2000-2002**, que recollia les dades més rellevants del sector. Un informe, aleshores pioner, que va ser editat i presentat públicament durant els primers mesos del 2004. El document destacava com el Comerç Just havia crescut a Catalunya a un ritme del 50% durant el període analitzat, força per damunt de la mitjana europea, i també que s'havien arribat a triplicar les vendes en supermercats.

El desembre de 2004 encara es va anar una mica més enllà amb la presentació a Madrid del **primer anuari sobre Comerç Just de l'Estat espanyol, titulat El Comercio Justo a España 2004. Situació i perspectives**. D'entre els diversos capítols i temes

tractats, el llibre analitzava els volums de venda de productes de Comerç Just per comunitats autònomes entre els anys 2000 i 2003, i reflectia un creixement d'un 53% de les vendes de tots els productes en aquest període.

El **segon Informe sobre el Comerç Just a Catalunya (2006)** va recollir les dades de productes venuts entre els anys 2000 i 2005 al nostre territori, l'evolució del programa *vending* de SETEM, un estudi sobre els catalans i el Comerç Just i Solidari, i les experiències de sis anys de Festa del Comerç Just a Catalunya.

A l'octubre del mateix any, vam presentar, conjuntament amb altres membres de la Federació SETEM, a Madrid el llibre **El Comercio Justo en España 2006**. Aquest nou anuari estatal posava especial èmfasi sobre l'impacte que té el Comerç Just en les famílies de les comunitats productores i incloïa aportacions de diverses organitzacions. A més, també analitzava el sistema de certificació de productes de Comerç Just i l'evolució de les vendes d'aquests productes a Espanya entre els anys 2000 i 2005, així com futurs escenaris fins al 2010.

L'any 2007 va arribar la publicació del **primer informe temàtic: Comerç Just i Àfrica. Situació i perspectives 2007**, un estudi que posava de relleu les condicions de producció i vida en el continent africà i l'impacte que té el Comerç Just en el desenvolupament econòmic dels països de l'Àfrica subsahariana.

Un any després, aquests informes anuals van arribar a la seva quarta edició amb la publicació de dos nous estudis: **"El Comerç Just a Catalunya. Informe 2008"** i **"El Comercio Justo en España 2008. Canales de importación y distribución"**. Ambdós, aprofundien sobre els canals d'importació i distribució dins del moviment, així com en la relació del Comerç Just i l'Economia Social i Solidària.

CATALUNYA, CAPDAVANTERA EN VENDES

L'any 2009, l'informe es va realitzar per primera vegada conjuntament amb la Coordinadora Estatal de Comerç Just. A part d'aprofundir en l'anàlisi de la temàtica de gènere, **"El Comerç Just a Espanya 2009. Qüestió de Gènere"** destacava que les vendes aconseguides en el darrer any havien estat les més elevades de la dècada, tret de les xifres registrades en el 2007. Tanmateix, la

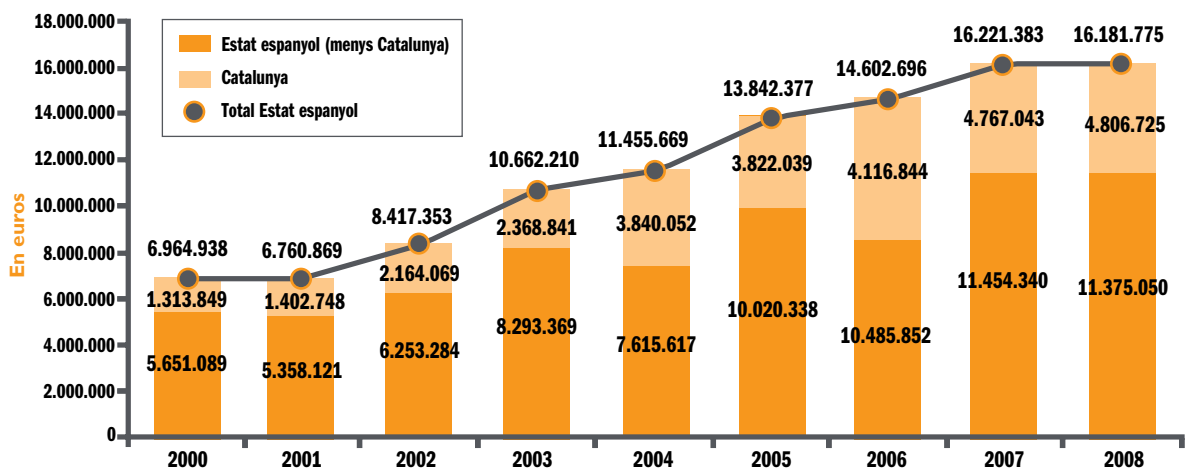
"El lleu augment en les vendes a Catalunya reflectit en el darrer informe s'ha de valorar positivament tenint en compte que des de final del 2007 la conjuntura econòmica ha vingut marcada per una greu crisi. Si en els últims temps les vendes de productes de Comerç Just a Catalunya no s'haguessin incrementat, les pèrdues d'Espanya haurien estat el doble".

[CRISTINA XALMA, DOCTORA EN ECONOMIA INTERNACIONAL I DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC, I COAUTORA DE L'INFORME DEL 2009]

corresponent separata amb **les dades catalanes** ressaltava la condició de Catalunya com a capdavantera en vendes a l'Estat espanyol, i també com, malgrat la crisi, les catalanes i catalans havien seguit apostant pel Comerç Just.

Des de l'any 2000, **les vendes catalanes de productes de Comerç Just s'han més que triplicat**. Catalunya representava l'any 2000, tota sola, el 20% de les vendes que tenien lloc al territori espanyol i, vuit anys després, el percentatge s'ha vist augmentat fins al 30%.

Aportació de les vendes catalanes a les del conjunt de l'Estat espanyol. 2000-2008





Campanya Roba Neta

La Campanya Roba Neta (CRN) és una coalició internacional d'ONG, organitzacions de persones consumidores, sindicats i altres entitats que treballen per **la defensa dels drets laborals al sector tèxtil mundial**. Va néixer als Països Baixos el 1989, està activa a 10 països europeus i coopera amb grups de treballadores i treballadors del sector tèxtil organitzats arreu del món. A l'Estat espanyol, la CRN està coordinada des del 1997 per SETEM.

Partint de la missió central de vetllar pel respecte dels drets fonamentals de les persones treballadores a les empreses tèxtils, **la campanya duu a terme les següents tasques en tres fronts ben diferenciats:**

- Informar a la ciutadania dels països enriquets sobre les condicions en les quals es produeix la roba que vestim i, al mateix temps, aprofitar per sensibilitzar sobre la importància d'un consum responsable.
- Pressionar les empreses del tèxtil per tal que les seves pràctiques siguin més transparents i ètiques, perquè redactin i publiquin codis de conducta en contra de l'explotació laboral i perquè controlin la implantació eficaça d'aquests codis.
- Exigir als governs dels països productors que facin respectar els convenis de l'Organització Internacional del Treball i a les administracions públiques dels països importadors que incloguin clàusules socials a les seves compres.

Un altre dels grans trets distintius de la CRN és l'organització i la crida a la participació en les denominades **"Accions urgents"** (mitjançant l'enviament massiu de cartes, correus electrònics o faxos de protesta i solidaritat, i també amb activitats públiques de sensibilització i denúncia que arribin als mitjans). Sovint s'inicien quan es té coneixement de la vulneració dels drets fonamentals en qualsevol entorn laboral, especialment als països més desfavorits. Aquestes iniciatives participatives ajuden a exercir una pressió més gran sobre les marques, els proveïdors i els governs que tenen la capacitat i la responsabilitat de respectar els drets laborals i humans.

"Juntament amb SETEM hem anat descobrint i denunciant que moltes grans empreses, com Zara i El Corte Inglés, subcontracten tallers informals on es contracten obreres i obrers que no reben un salari mínim, ni tenen seguretat social, i on fins i tot es contracta menors d'edat".

[ABOUBKR ELKHAMLI, REPRESENTANT DE L'ASSOCIACIÓ DE DONES OBRERES DEL TÈXIL ATTAWASSOUL DEL MARROC]

Compra Pública Ètica

El programa de Compra Pública Ètica de SETEM neix l'any 2004 en el marc de la Campanya Roba Neta i inspirat en la plataforma europea Clean Clothes Communities amb l'objectiu principal de **promoure la incorporació de criteris ètics en el consum de les administracions públiques**.

La globalització de l'economia ha canviat profundament en els darrers anys les estratègies comercials d'empreses de tots els sectors. La deslocalització de la producció als països del Sud a la recerca de mà d'obra més barata provoca tot un seguit de dificultats en el control de les actuacions laborals i socials de les companyies que s'agreuja amb la subcontractació de parts importants del seu procés de manufactura. Les administracions públiques no poden ser alienes a aquesta realitat i és per això que es va proposar iniciar un procés que ha de portar, de manera progressiva, a implementar **mecanismes que permetin assegurar que la roba utilitzada pels treballadors dels nostres ajuntaments ha estat confeccionada lliure d'explo-tació i d'injustícies**. Amb la introducció simbòlica de productes de Comerç Just, les administracions públiques col·laboren a fer cada cop més present aquest tipus de comerç alternatiu a tot el territori català.

Com a primer resultat del programa de Compra Pública Ètica diverses administracions públiques catalanes van constituir la **Xarxa Catalana per la Compra Pública Ètica**, formada per administracions públiques que volen prendre mesures per lluitar contra l'explo-tació laboral de treballadors i treballadores als països empobrits a través del seu consum i les seves compres. Aquesta xarxa vol ser una eina per garantir la coherència del consum institucional de les administracions locals i els principis dels serveis públics. També pretén oferir incentius a les empreses proveïdores per avançar en la seva responsabilitat sobre el conjunt dels seus processos de producció i sobre les condicions socials i laborals de les persones treballadores que hi intervenen.

Els anys 2008, 2009 i 2010 s'han dut a terme amb èxit **jornades de Compra Pública Responsable de roba de treball** en les quals han participat representants d'administracions públiques catalanes i espanyoles, iniciatives certificadores internacionals i diverses ONG i empreses europees i de la resta de l'Estat.

En el marc de la Xarxa x CPE, a SETEM hem publicat documentals, nombroses guies i fullets de Compra Pública, hem organitzat conferències internacionals sobre la matèria i hem aconseguit reunir regularment tots els grups d'interès del sector tèxtil per avançar en la responsabilitat social i la transparència de les empreses del sector.

“El programa ha aconseguit despertar l'interès de molts ajuntaments i altres entitats del sector públic en l'origen dels productes que compren i en els mecanismes legals existents per reclamar transparència a les empreses proveïdores. Actualment, concentrem els esforços en dos sectors especialment sensibles com són els de la roba i l'electrònica, amb un altíssim grau de subcontractacions i de vulneració dels drets de persones treballadores en les seves llargues i poc transparents cadenes de producció”.

[RAMON VIVES,
COORDINADOR DEL PROGRAMA
COMPRA PÚBLICA ÈTICA]

Al llarg d'aquest temps, també hem treballat en xarxa amb d'altres ONG estatals i europees i hem aconseguit el suport financer de moltes administracions (Ajuntament i Diputació de Barcelona, Ajuntament de Badalona, Generalitat de Catalunya, Govern espanyol, Unió Europea). Això ens ha permès treballar ininterrompudament durant sis anys i propiciar diverses declaracions institucionals i mocions que han desembocat en contractes pilot.



Guies de consum responsable

Exercint un consum més responsable en el nostre dia a dia estem contribuint de manera molt important a fomentar unes relacions Nord-Sud més justes. Al llarg de la nostra trajectòria, a SETEM hem portat a terme l'elaboració de **diverses guies amb l'objectiu d'estendre els valors del consum responsable entre la població**. Aquests manuals han permès difondre, de manera clara, amena i senzilla, nombroses claus i instruccions per fer més fàcil l'adopció de la coherència i la solidaritat com a costums quotidianes.

Moltes de les guies editades fins ara han estat específicament dirigides al sector educatiu, per orientar i conscienciar de manera pedagògica, tant al professorat com als joves alumnes, sobre la necessitat d'introduir des de baix canvis en els hàbits i models estàndards de consum. També cal destacar l'elaboració i posterior reedició de la **Guia per al consum responsable de roba** a càrrec de la **Campanya Roba Neta**, que ha estat de gran utilitat per a molts consumidors a l'hora de saber qui es vol beneficiar exactament abans de triar comprar una determinada peça de roba, tot seguint criteris ètics, socials i mediambientals. La **Campanya Compra Pública Responsable** també ha tingut un paper destacat en la realització d'aquest tipus de material de sensibilització; seves han estat iniciatives com la **Guia per al consum de productes de Comerç Just en institucions**

públiques en conveni amb la Generalitat de Catalunya o la guia per a la compra pública sostenible d'ordinadors **Buy IT Fair** ("Toca les tecles justes") finançada per l'Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID) i la UE.

Recursos de sensibilització

A més de la Festa del Comerç Just i les diverses accions que periòdicament porten a terme les diferents campanyes, a SETEM Catalunya realitzem moltes altres **activitats per sensibilitzar la ciutadania en la necessitat d'apostar en ferm per un Comerç Just i un consum responsable**. Els anomenats "recursos de sensibilització" poden ser utilitzats en actes públics, fires, jornades, a l'escola, centres cívics, etc.

Els nostres **espectacles i tallers** (entre els quals destaquen títols com **Despulla't d'injustícies**, **No et consumeixis**, **Amb el café deixa't d'històries!** o **Què consumir o no, aquesta és la qüestió**) porten molts anys visitant les poblacions catalanes i difonent els principis i valors del Comerç Just o d'iniciatives com la Campanya Roba Neta.

A més de **xerrades pedagògiques** a municipis i escoles, i **tallers de formació interna** per a voluntaris, membres d'entitats solidàries i personal de l'administració pública, també organitzem **exposicions mòbils** sobre



“Els efectes de la crisi alimentària i la inseguretat econòmica mundial exigeixen, ara més que mai, uns acords comercials justos que no posin en desavantatge els països més empobrits. Els impactes positius que s’anunciaven amb la signatura del Tractat de Lliure Comerç entre els Estats Units i l’Amèrica Central -que va entrar en vigor al 2006- mai es van produir. La pobresa de la població hondurenya es manté en nivells molt elevats i la situació podria agreujar-se si se signa un acord comercial amb la UE i es mantenen les actuals exigències de desregulació del mercat”.

[YADIRA MINERO, COORDINADORA DEL PROGRAMA DONA I MAQUILA DEL CENTRE DE DRETS DE DONES D’HONDURES (CDM)]

Comerç Just, Deute Extern, Banca Ètica i la Campanya Roba Neta, i disposem de diversos **jocs i recursos audiovisuals** aptes per ser utilitzats a les festes de Comerç Just o en qualsevol altra ocasió.

Finalment, són molts els ciutadans i ciutadanes que s’han apropiat als **estands informatius i amb productes de Comerç Just** que hem instal·lat en els darrers anys en nombroses fires, festes majors i actes públics d’arreu de Catalunya. En paral·lel, les vendes de Comerç Just a través de **fires i paradetes** realitzades per voluntaris i voluntàries han anat augmentat considerablement. A banda de promocionar el Comerç Just, aquesta modalitat de presència al carrer ha resultat ser una molt bona eina per sensibilitzar a la ciutadania sobre les desigualtats Nord-Sud.

Campanya Acords Comercials

En els darrers anys, les grans potències com la UE o els EUA han iniciat un seguit de negociacions comercials amb diferents regions d’arreu del món, especialment amb països del Sud. Podríem dir que aquestes negocia-

cions comercials responen a una nova estratègia de "colonització" per part d’aquestes grans potències i prenen com a instrument central els **Tractats de Lliure Comerç (TLC)**: acords comercials regionals o bilaterals (entre dos països o regions) per ampliar el mercat de béns i serveis entre els països participants. Bàsicament, consisteix en l’eliminació o rebaixa substancial dels aranzels en els intercanvis, o en altres paraules, en la promoció del liberalisme comercial mitjançant una reducció del poder polític dels governs i un augment de la llibertat d’acció de les corporacions transnacionals.

Aquests tipus d’acords **prioritzen els beneficis econòmics empresarials en detriment dels drets humans i del benestar de les persones i del medi ambient**. A més, les negociacions acostumen a fer-se en una situació de clara desigualtat entre els actors que hi intervenen: grans potències per una banda, i països empobrits del Sud per l’altra.

Des de SETEM Catalunya, en consonància amb la tasca de sensibilització, promoció i incidència sobre Comerç Just, ens posicionem en contra dels acords de lliure comerç perquè no contribueixen al desenvolupament dels pobles, sinó més aviat al contrari. I en aquesta línia, es va decidir posar en marxa **dues campanyes en contra dels TLC** que està negociant la Unió Europea amb Àfrica (**EPA**) i Amèrica Central (**ADA**), i al mateix temps, iniciar **processos de col·laboració amb cooperatives locals** d’aquests dos continents per donar-los suport i enfortir les seves capacitats.



Programa Àfrica

Amb l'objectiu d'enfortir les capacitats organitzatives i polítiques del moviment de Comerç Just africà, especialment del sector de producció agrícola –per tal que la seva veu i els seus interessos es facin sentir a escala internacional i millorin les seves condicions socioeconòmiques–, el 2007 es va iniciar una **col·laboració amb les productores i els productors de Comerç Just africans** que des de l'any 2004 estan associats en l'**African Fairtrade Network (AFN)**.

Fruit d'aquesta col·laboració es va aconseguir incrementar la participació i la influència en organismes internacionals, i també les trobades conjuntes per compartir posicionaments amb altres xarxes com l'americana (CLAC) i l'asiàtica (NAP). A més, els organismes certificadors del Comerç Just van començar a mostrar sensiblement més consideració pel que fa a la revisió a l'alça dels costos mínims de producció del cafè africà.

D'altra banda, durant el 2008 es va donar **suport a la campanya internacional STOP-EPA**, que denuncia com els Acords d'Associació Econòmica entre la UE i Àfrica (EPA) només resulten beneficiosos per als interessos comercials de les empreses europees. Com a conseqüència d'aquesta iniciativa, es va iniciar també una recerca sobre els EPA i el seu impacte a l'Àfrica Occidental conjuntament amb l'organització africana **ENDA Tiers Monde**.

“Quan tinguem un mercat comú a l'Àfrica Occidental, que haguem dissenyat segons les nostres regles i les nostres pròpies polítiques comercials i econòmiques, podrem plantejar-nos si és bo o no negociar amb la Unió Europea o amb qualsevol altre actor. Però no abans, ja que és impossible un acord just de lliure comerç entre dues parts tan desiguals. Una cosa és clara: el món ha canviat i l'Àfrica també. El temps de la colonització ja ha passat”.

[CHEIKH TIDIANE DIEYE, COORDINADOR DEL PROGRAMA DE COMERÇ I DE NEGOCIACIONS MULTILATERALS I BILATERALS D'ENDA-TIERS MONDE]

En els darrers temps, també hem col·laborat amb l'organització **COFTA** donant suport a la seva capacitat d'incidència política i en els programes de capacitat.

Programa Mesoamèrica

A banda de denunciar les injustícies dels acords de lliure comerç entre Llatinoamèrica i Europa (ADA), el suport a l'agricultura camperola és també molt important per garantir el desenvolupament sostenible de les comunitats rurals als països del Sud. Els petits productors i productores de cafè i les seves famílies són actors clau per a una gestió adequada dels recursos naturals, motors de canvi social i base imprescindible per al desenvolupament d'economies locals, nacionals i internacionals estables.

Partint d'aquestes premisses va néixer el **Programa d'enfortiment de capacitats de petits productors/es de**

Cafè de Comerç Just a Mesoamèrica, que des de l'any 2005 ha treballat al costat de diverses organitzacions centreamericanes en la millora de la qualitat de vida dels productores i productors de cafè, impulsant activitats per enfortir les capacitats productives, organitzatives i comercials de les cooperatives en les quals s'organitzen, i ampliant la seva influència en la presa de decisions de les polítiques que els afecten directament.

A més de propiciar trobades internacionals per compartir experiències i crear sinergies, i la presència en fires professionals de la indústria del cafè, un altre dels punts forts del Programa Mesoamèrica de SETEM ha estat el foment del treball en xarxa entre cooperatives a l'hora de facilitar l'accés de les petites productores al mercat català i espanyol perquè puguin vendre el seu cafè sota condicions de Comerç Just.

El 2006 va concloure amb èxit la primera fase del projecte amb els nostres socis **d'Apecafé** (El Salvador), **Cafenica** (Nicaragua), **Compras** (Chiapas, Mèxic) i la **Red Café-CLAC**, que té associades més de 150 organitzacions llatinoamericanes de petites productores de cafè de Comerç Just. El bon funcionament i els resultats obtinguts

aleshores van portar a planificar una nova col·laboració de més llarga durada (fins a final del 2010) amb les organitzacions sòcies mesoamericanes, que a més van créixer en nombre amb l'adhesió de **Más Café** (Chiapas, Mèxic) i **Manos Campesinas** (Guatemala).

LES ORGANITZACIONS PARTICIPANTS

Les organitzacions de petits petites productores de cafè que han format part del **Programa d'enfortiment de capacitats de petites i petits productors de cafè de Comerç Just a Mesoamèrica** tenen una àmplia trajectòria dins del sector del Comerç Just i han adquirit coneixements molt valuosos al llarg d'anys de comercialització i cooperació amb actors dels Estats Units, Europa i Japó. Són organitzacions amb principis clars que lluiten per millorar les condicions de vida de les persones associades: les famílies dels petits productors i productores.

Totes aquestes organitzacions s'articulen en xarxes internacionals per cercar sinergies, definir estratègies comunes i plantejar alternatives dins del moviment del Comerç Just. La majoria formen part de la CLAC (Coordinadora Llatinoamericana i del Carib de Comerç Just) i són contraparts comercials altament fiables.

Apecafé



L'Associació de Petits Productors de Cafè d'El Salvador (Apecafé) va ser fundada l'any 1997. Aquesta cooperativa, que representa vuit organitzacions productores de cafè amb més de 400 membres a diferents àrees d'El Salvador, va ser creada per produir i exportar cafè al mercat internacional. El propòsit general de la cooperativa és millorar les condicions econòmiques i socials de cada una de les petites productores. La cooperativa ajuda els seus membres a utilitzar la tecnologia adequada en la plantació i tot el procés del cafè. D'aquesta manera, no només produeixen el millor cafè, sinó que també protegeixen el medi ambient.

www.apECAFE.net

“El programa ha estat una autèntica escola per a SETEM. Entre altres coses, ens ha permès entendre millor les postures de les petites productores, estar més a prop de les esferes de decisió dins del moviment del Comerç Just, alimentar les nostres campanyes de sensibilització i dur a terme formació en temes clau. Així mateix, el projecte ha contribuït a millorar sensiblement les condicions de vida de les comunitats cafeteres de Mesoamèrica, introduint metodologies, eines i processos d'aprenentatge que van més enllà de la mera producció i comercialització de cafè. Tot això ha servit també perquè l'entitat reflexioni sobre la seva posició respecte als projectes de cooperació tradicionals, passant a centrar-se més en la sensibilització i denúncia de les injustícies comercials per promoure canvis de consciència i noves actituds en la població catalana”.

[KAI SCHRADER, RESPONSABLE DE L'ÀREA DE COOPERACIÓ DE SETEM CATALUNYA]



"El preu del café no el decideixen ni els productors, ni els consumidors, sinó les transnacionals. El Comerç Just vol canviar aquest model i és fonamental en moments de crisi. Garanteix un preu mínim a la persona productora que cobreix les despeses de producció i li permet viure dignament del seu treball. El preu és fix i sempre està per sobre de les cotitzacions del producte en la Borsa, així no ens afecten les pujades i baixades del preu".

[DELMAR LÓPEZ,
GERENT DE MÁS CAFÉ]

Cafenica



Associació de 12 organitzacions cooperatives que aglutina el 30% de les petites produccions de café de Nicaragua. Va ser creada per integrar i enfortir les cooperatives sòcies, com a mitjà per elevar els nivells de sostenibilitat econòmica i social de les seves més de 6.500 persones afiliades i les seves famílies. La major part del café orgànic i del café de Comerç Just de Nicaragua està concentrada en les organitzacions associades a Cafenica. La seva missió és promoure el desenvolupament de les cooperatives mitjançant l'enfortiment de les capacitats institucionals, el posicionament reeixit al mercat del café, la representació i la incidència en les polítiques cap al sector de les petites productores de café, amb processos que assegurin la participació, equitat de gènere, transparència, qualitat i sostenibilitat.

www.cafenica.info/index.htm

Compras



La Comercializadora Mexicana de Productos Agroecológicos SA (COMPRAS) es va crear l'any 2002 per oferir serveis de comercialització de café a les cooperatives associades de Chiapas. Integrada per quatre cooperatives de segon nivell, actualment són més de 2.000 els petits productors i productores que aglutina per vendre conjuntament café orgànic, de Comerç Just i convencional a Europa, Estats Units, el Canadà i el Japó. El principal objectiu de Compras és reduir els costos fi-

nancers de les organitzacions associades i consolidar les seves operacions d'exportació oferint un bon servei als clients. Per això, controla de manera molt estricta la qualitat del producte i subministra els volums de café segons les exigències del mercat i els consumidors.

www.compraschiapas.com

Manos Campesinas



Organització de segon grau a Guatemala que actualment compta amb 11 organitzacions de base als departaments de San Marcos, Quetzaltenango, Retalhuleu i Sololà. En total representa a més d'un miler d'associats i associades, tots ells amb petites produccions de café, que any rere any veuen satisfetes les seves necessitats gràcies a les millors alternatives de mercat i al suport en la comercialització que els ofereix l'entitat.

www.manoscampesinas.org

Más Café



Es va crear l'any 1999 amb la missió de generar beneficis i crear oportunitats de desenvolupament per a les comunitats de petits productors i productores de café de l'estat mexicà de Chiapas. Actualment pertanyen i són propietàries de Mas Café un total de set cooperatives de primer



nivell que agrupen prop de 2.200 petits caficultors i les seves famílies. A Más Café les organitzacions treballen unides per millorar la qualitat del seu cafè i comercialitzar-lo de manera competitiva i innovadora.

www.mas-cafe.com

Red Café



Integra el conjunt d'organitzacions membres de la CLAC que treballen en el sector del cafè i segueixen els principis generals del Comerç Just i de les organitzacions de petites productores.

Tot i que es va constituir formalment l'any 2005, a la pràctica porta en funcionament des dels anys 90, buscant consolidar una estructura amb més representativitat i poder de negociació per defensar els interessos de les petites produccions de cafè tant en l'àmbit nacional com en l'internacional. Actualment, la Red Café aplega un conjunt de 184 organitzacions a 13 països diferents.

www.clac-comerciojusto.org

SUPORT A PLANS DE TREBALL

Les organitzacions de petites productores de cafè sòcies de projectes decideixen, segons els seus propis plans de treball i de negoci, aquells punts, temes i activitats que necessiten suport. Aquests components solen estar vinculats a l'**enfortiment institucional, millora de la comunicació interna, capacitació de tècnics, control de**

qualitat i foment de la participació dels socis i sòcies de les cooperatives.

La implementació i el seguiment de les mesures de suport la duen a terme tècnics nacionals, cooperants internacionals i assessors locals. A cada organització sòcia membre del Programa se li assigna una persona, ja sigui tècnica nacional o cooperant internacional. Les eines de treball més utilitzades solen ser els tallers participatius, les reunions amb tècnics i gerents, i els informes tècnics, entre d'altres.

ENFORTIMENT DE XARXES

Les petites productores de cafè es troben en procés de construcció d'estructures organitzatives, productives i comercials capaces d'influir positivament en les condicions de vida de les famílies i les seves comunitats i fer-se un espai a les xarxes internacionals de distribució de cafè. Compartir aquests processos permet enriquir les organitzacions involucrades, ja siguin aquestes de la mateixa zona o de zones o països diferents, i articular, si es desitja, estratègies de suport mutu i treball en comú.

"És molt important trobar espais per compartir i debatre els problemes, analitzar com crear un sistema més just i equitatiu, i parlar de com podem avançar junts. Per tot això, valorem de èxits el projecte Mesoamèrica, ja que a més de la participació i la bona resposta de tots els membres, s'ha fet possible el reconeixement de les organitzacions de petits productors de cafè de l'Amèrica Llatina amb una activa mediació de la Red Café".

[MERLING PREZA, VICEPRESIDENTA DE LA RED CAFÉ-CLAC]

"Quan fa uns anys ens varem proposar treballar amb una organització de petits productors, va ser bàsicament per un motiu: la responsabilitat. Crèiem que en una empresa com la nostra, on tractem diàriament amb cafès de qualitat, havíem de focalitzar la nostra aportació cap al productor. Compatibilitzar conceptes com responsabilitat i qualitat ens ha fet innovadors i ens ha assegurat una mica més el futur".

[JOSEP NOVELL, GERENT DE CAFÈS NOVELL]

"La nostra relació comercial amb una empresa catalana com Cafès Novell ens ha permès incrementar les vendes del nostre cafè i al mateix temps seguir fidels al nostre objectiu d'apostar per la millora de la qualitat de vida de les famílies productores".

[MARTHA VILLAREYNA,
GERENT DE CECOCAFEN
(CENTRAL DE COOPERATIVES
DE CAFÈ DE NICARAGUA)]

El desenvolupament d'aquests processos es facilita enfortint el treball en xarxa de les organitzacions de petites productores de cafè, donant suport a les seves estructures organitzatives nacionals i supranacionals i fomentant espais per a l'intercanvi d'experiències. Actualment, hi ha més de 680 organitzacions d'aquestes característiques de 53 països diferents que comercialitzen segons els criteris del Comerç Just (un 39% a Amèrica del Sud i un 25% a Centreamèrica). Bona part d'aquestes persones treballen en xarxa i periòdicament comparteixen espais d'intercanvi.

GIRES COMERCIALS

El treball d'aquestes organitzacions han estat desenvolupant els últims anys ha contribuït a millorar la qualitat dels seus cafès i la gestió de la seva exportació. A Espanya, aquesta realitat és poc coneguda entre les empreses del sector, així com els beneficis que per a les famílies productores suposa comercialitzar directament el cafè que conreen mitjançant la seva cooperativa. Per això, des de SETEM Catalunya també **hem impulsat l'apropament d'aquestes cooperatives a les empreses catalanes i espanyoles de cafè**, fomentant la participació d'aquestes últimes a les propostes del Comerç Just.

Des de l'any 2004 les organitzacions de petites productores de cafè de Comerç Just tenen un **espai propi a la fira Hostelco** de Barcelona i fan **gires anuals** a Espanya per donar a conèixer la qualitat dels seus excel·lents cafès i establir relacions comercials amb empreses. A Hostelco 2008 el seu treball va ser recompensat amb el premi al millor cafè verd de la fira.

ACTIVITATS AMB CAFICULTORS

Algunes de les activitats que s'han dut a terme amb aquestes organitzacions al llarg del projecte han estat les següents:

- **Intercanvi d'experiències entre organitzacions (Chiapas)**. Setembre de 2007, amb representants de Manos Campesinas (Guatemala) i de Más Café, Compras i Cesmach (Chiapas).
- **Intercanvi d'experiències sobre Sistemes de Control Intern (Comitán de Domínguez, Chiapas)**. Juny de 2006, amb les organitzacions membres de Compras.
- **Curs de formació d'auxiliars de tast de cafè (El Salvador)**. 2006.
- **Intercanvi d'experiències i tallers de control de riscos i qualitat i de metodologies educatives (San Cristóbal de Las Casas, Chiapas)**. Octubre de 2005, amb 40 persones d'una desena d'organitzacions de Mèxic, Nicaragua, El Salvador i Perú.

TROBADES INTERNACIONALS

Anualment, des de l'inici de la segona fase d'aquest projecte, les organitzacions sòcies del Programa Mesoamèrica han anat realitzant trobades internacionals d'avaluació, seguiment i formació amb el personal qualificat de SETEM en territori centreamericà. Les diverses edicions d'aquestes reunions en les quals han participat tant personal tècnic com delegats i directius de les organitzacions, dedicant també un espai important als grups específics de dones, han estat les següents:

- La Antigua (Guatemala), juliol de 2008
- La Antigua (Guatemala), març de 2009
- San Salvador (El Salvador), juliol de 2009
- Managua (Nicaragua), agost de 2010

IMPACTES ACONSEGUITS



1 Augment del preu del sac de cafè certificat - Beneficis per a les famílies productores:

S'ha aconseguit l'increment de la prima de Comerç Just (juny de 2007) i l'increment del preu mínim aplicable (a partir de juny de 2008), amb una revisió cada dos anys. I també que la Xarxa Cafè-CLAC i l'African Fair-trade Network (AFN) tinguin veu i vot en la iniciativa espanyola de Comerç Just (a partir de 2006). Des de FLO (Associació del Segell de Comerç Just) s'ha tornat a tenir en compte el rol de les organitzacions de petites productores i la seva veu en el sistema.



2 Capacitació / formació:

Treball de formació contínua (capacitació) amb cinc organitzacions cooperatives que els ha permès millorar en competitivitat, tant en l'àmbit de producció i comercialització com administratiu-comptable i de gestió. El treball que s'ha iniciat en gènere ha suscitat també un gran interès en les organitzacions. S'ha elaborat un diagnòstic participatiu i un document amb conclusions i propostes per al canvi. Hem entrat a formar part de Cl@se, Comunitat Llatinoamericana d'Aprenentatge i Serveis Educatius, una plataforma pionera en línia que ajudarà les organitzacions sòcies a seguir capacitant-se en el futur.



3 Treball en xarxa:

Els intercanvis Sud-Sud i els intercanvis internacionals, amb la metodologia de capacitacions entre persones productores, els ha permès compartir experiències en molts diversos temes, gaudint d'una oportunitat d'aprenentatge mutu que els ha donat eines per enfortir-se.



4 Accés al mercat espanyol:

S'han incentivat els contactes amb la indústria torradora espanyola, de manera que s'ha permès crear aliances i enfortir la part comercial a Espanya.

A més, s'ha procurat enfortir i difondre el concepte de Comerç Just entre la ciutadania catalana, a través de xerrades, butlletins, pàgina web, etc.



5 Incidència acords comercials:

En l'última assemblea de la Red Café (agost 2010), es va crear un comitè de seguiment dels ADA (tractats de lliure comerç a Amèrica Central) en contacte amb el Comitè Centreamericà d'Agricultura.

SETEM ha entrat a formar part d'Enlizando Alternativas, xarxa de seguiment i incidència sobre polítiques comercials.

S'han aconseguit interlocucions directes de la societat civil amb representants polítics espanyols arran de les jornades "Per unes polítiques comercials justes" (2009).

A partir del taller coorganitzat per SETEM a la Cumbre de los Pueblos, d'Enlizando Alternativas (2010), alguns europarlamentaris ens han facilitat propostes de projectes que es presentaran al Parlament europeu per tal de poder realitzar esmenes, propostes i informes alternatius (incidència indirecta).



6 Impacte comunicatiu:

TV3 (Televisió de Catalunya) ha dedicat una de les emissions de l'espai Latituds al cafè de Comerç Just a Chiapas (disponible al nostre web), de manera que ha permès visibilitzar el treball de les petites productores i també la campanya de SETEM per unes polítiques comercials justes.

Cap a on anem?

PRESENT I FUTUR: DEL COMERÇ JUST A L'ECONOMIA SOLIDÀRIA

A SETEM hem tingut i tenim un compromís inqüestionable amb el Comerç Just, tant com a mecanisme que permet la millora de la qualitat de vida dels productors i productores, com pel fet que aquest moviment denuncia un model econòmic que genera creixents diferències entre països productors del Sud i països del Nord i comporta injustícies que afecten bàsicament els països productors.

Conjuntament amb a la feina de difusió i de denúncia, a SETEM hem intervingut també en la promoció de mecanismes de control i garantia dels productes, i hem impulsat reflexions crítiques pel que fa als models de certificació, tant en el marc de la campanya Roba Neta com a través de les publicacions de l'Informe anual de Comerç Just a l'Estat espanyol. En aquest sentit, SETEM ha estat atent a defensar una participació més activa de les organitzacions i les persones del Sud en les activitats que es realitzen dins del moviment de Comerç Just.

Des de SETEM hem intentat donar a conèixer les visions, les preocupacions i les necessitats de les comunitats més desfavorides ja que estem convençuts que el desenvolupament humà i la lluita per un model de producció, transformació, comercialització i consum alternatius només pot tenir èxit amb la participació conjunta de les persones del Nord i del Sud. Apostem per un model de cooperació compartida, participativa i equitativa, i per l'emancipació de les persones (productores, treballadores i consumidores). Així doncs, les nostres actuacions en el moviment de Comerç Just,

actualment i en un futur pròxim, es centren en les estratègies següents:

- Facilitar processos participatius en els quals els grups, les cooperatives i les famílies productores s'impliquin en la definició i l'adopció de criteris del que consideren Comerç Just.
- Seguir treballant en la difusió i la sensibilització per a un consum crític i responsable.
- Donar suport a aquelles polítiques i pràctiques que reforcen la sobirania alimentària dels pobles, els mercats regionals i el comerç Sud-Sud.
- Donar suport a iniciatives que estan tractant d'incorporar valor afegit a la seva producció, així com a la diversificació productiva.
- Seguir enfortint les organitzacions i les cooperatives en l'àmbit institucional i comercial, així com facilitar la seva capacitat d'incidència i la seva participació a escala local, nacional i internacional.
- Donar suport a la producció ecològica, l'ús de tecnologies i recursos energètics sostenibles.
- Apostar prioritàriament per enfortir la venda de productes de Comerç Just en petits establiments comercials de proximitat i posicionar contra les grans superfícies i les grans cadenes quan aquestes posin en risc de desaparició el teixit comercial



convencional, sovint basat en un model de negoci familiar.

- Reforçar la implicació en campanyes de denúncia de les pràctiques inadequades de les empreses transnacionals i de violació dels drets humans en els països del Sud.
- Treballar conjuntament amb les organitzacions del Sud per donar a conèixer les implicacions

negatives que els acords comercials entre Europa i altres regions comporten per als països empobrits.

Totes aquestes línies de treball s'emmarquen dins d'un moviment més ampli de les relacions comercials que promou el moviment de l'Economia Solidària, que integra a més del Comerç Just certificat, altres iniciatives de comerç alternatiu i transformador.

Més informació i recursos

SETEM Catalunya

<http://www.setem.cat>

Al buscador es poden trobar diferents guies de consum responsable i també els informes anuals de Comerç Just elaborats per SETEM

Campanya Roba Neta

<http://www.robaneta.org>

Campanya Compra Pública Responsable

<http://comprapublicaresponsable.wordpress.com>

Festa del Comerç Just

<http://www.festacj.org>

Inclou un buscador amb tots els punts de venda de productes de Comerç Just a Catalunya:

<http://www.festacj.org/latevabotiga>

Campanya No als Acords comercials amb la UE

<http://www.noalstlc.org>

Programes El Bon Cafè i Mesoamèrica

<http://www.setem.org/site/es/buencafe>

Col·labora

amb SETEM per seguir
donant suport al Comerç Just

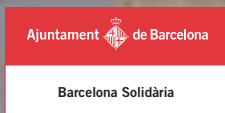
Fent-te soci o voluntari de SETEM, o bé realitzant un donatiu puntual, ens ajudaràs a sensibilitzar la societat sobre les desigualtats Nord - Sud i a fer arribar les propostes del Comerç Just a més gent per anar **construint** un món una mica més solidari. A més, tindràs també l'oportunitat de participar activament en les nostres iniciatives de denúncia i pressió social a empreses o governs que vulneren els drets humans i contribueixen a accentuar les desigualtats i les situacions d'injustícia.

Contacta

amb nosaltres:

SETEM Catalunya
Bisbe Laguarda, 4, Barcelona 08001
T. 93 441 53 35
catalunya@setem.org
www.setem.cat

Amb el suport de:



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Setem