



El **Comercio Justo**  
y su introducción en las  
**Instituciones Públicas**

Cláusulas éticas en la contratación del sector público

*Sexem*

# índice

## Edición:

SETEM

## Redacción:

Mónica Aparicio, Ramón Vives

## Asesoría Jurídica:

Iñaki Manrubia

## Agradecimientos:

Almudena Leal, Begoña Fernández, María Mar Jiménez, Andrés González, Gudrun Schloepker

## Diseño y maquetación:

Miguel Carrera

## Impresión:

Jorge Chillón

## Fotografía de portada:

David Quintas

## Distribución:

SETEM (Madrid y Castilla-La Mancha)

## Con el apoyo de:



Madrid, marzo 2009  
Impreso en papel reciclado



Calle Gaztambide, 50  
28015 Madrid  
Tfno. (+34) 91 549 91 28  
[www.setem.org/madrid](http://www.setem.org/madrid)  
[www.inversionpublicaetica.org](http://www.inversionpublicaetica.org)

## 1. Introducción.

El comercio internacional: ¿un intercambio digno? .....	4
Las políticas comerciales internacionales. ....	5
El Comercio Justo como alternativa. ....	6
Nuestro consumo tiene consecuencias. ....	6
Con nuestro consumo nos implicamos. ....	7
Las administraciones públicas. ....	7

## 2. El Comercio Justo como suministrador ejemplar para la Compra Pública Responsable.

El Comercio Justo, otra forma de hacer las cosas. ....	9
Sostenibilidad y Comercio Justo.....	10
El Comercio Justo como Agente de Desarrollo.....	11
El Comercio Justo y la Compra Pública Responsable.....	12
Sistema de garantías del Comercio Justo.....	14
Redes estatales e internacionales para la Compra Pública Responsable.....	16

## 3. Cómo introducir productos de Comercio Justo en una institución

El compromiso de la institución pública .....	18
Introducción de cláusulas favorables al Comercio Justo en las contrataciones públicas ..	19
El marco jurídico.....	19
Los procesos de contratación pública .....	21
La compra directa de productos mediante el contrato menor.....	22
Posibilidades del procedimiento negociado.....	24
El procedimiento abierto.....	24
¿Qué proveedores pueden ofrecer las garantías éticas que necesita la administración pública? .....	32

## 4. Cambiar el café en las máquinas de vending de una institución

El café de Comercio Justo para máquinas automáticas .....	33
El Programa "El Buen Café es Bueno para Todos/as" de SETEM .....	35

## 5. Soporte político al Comercio Justo

A nivel Europeo .....	39
A nivel Estatal.....	40
A nivel Autonómico y Local .....	41

## Conclusiones .....

42

## Bibliografía .....

43

# Introducción



## El comercio internacional: ¿un intercambio digno?

Las raíces de los intercambios comerciales con los países del Sur son antiguas y profundas. Derivadas de un sistema colonial y de poder no producen, en su gran mayoría, intercambios en condiciones de justicia y traen pobreza e impiden el desarrollo de las poblaciones del Sur.

La causa fundamental del no desarrollo es que estos países no controlan sus propios recursos. Los productos de la tierra –algodón, café, cacao, madera, minerales, etc.- son directamente controlados por organizaciones transnacionales o comercializados en el mercado mundial a precios muy inferiores a su valor real. Así los países del Sur no pueden obtener suficientes ingresos para sostener a su población<sup>1</sup>.

Junto a esto, la llamada “globalización” se basa en la existencia de un mercado todopoderoso que dinamiza la economía pero que también está en el origen de muchos de los problemas sociales, económicos y ambientales que afectan al mundo y que, sobretodo, padecen los países del Sur<sup>2</sup>.

1 Ver: Compasión y cálculo. David Sogge. Icaria/Transnational Institute, octubre 1998.

2 No hay pruebas de que la liberalización favorezca el crecimiento o beneficie a los pobres. Al contrario, como el Banco Mundial indicó ya en el año 2000, “el número de personas que viven con menos de 2 dólares al día ha aumentado casi en un 50 % desde 1.980, hasta alcanzar los 2.800 millones de personas, casi la mitad de la población. Y ese es precisamente el período en que la economía se ha liberalizado más”.

El director general de la OIT, Juan Somavía, lanzó recientemente un llamamiento para reformar la globalización, e insistió en que hace falta un nuevo equilibrio que debe asentarse en el “trabajo decente”, del que a su juicio hay “déficit” en el mundo. Agencia EFE/Comunica RES, 15 octubre 2008.

## Las políticas comerciales internacionales

Buena parte de las políticas comerciales internacionales se han desarrollado al margen o en contra de los intereses de los pueblos del Sur, obligándoles a abrir sus mercados a los productos del Norte y a malvender sus recursos naturales.

Los países del Sur se ven condenados a producir unos pocos productos para la exportación, sin poder diversificar su economía ni regular su comercio.

El esquema general de los intercambios comerciales Sur-Norte sigue estando basado en **condiciones de no equidad**: el Norte importa artículos producidos con mano de obra pagada por debajo de su coste real y materias primas del Sur, mientras se reserva el valor añadido de la elaboración y la distribución.

## El Comercio Justo como alternativa

Frente a esto, los denominados países empobrecidos ya levantaron su voz de alarma en la reunión de la UNCTAD<sup>3</sup> en Delhi (India) en 1968, donde los productores de los países del Sur pidieron: “TRADE, NOT AID” “COMERCIO, NO AYUDA”, explicando que lo que realmente necesitaban no era ayuda, sino un comercio basado en relaciones de justicia y equidad<sup>4</sup>.

Desde esta misma filosofía había surgido, en la década de los años 50, el movimiento internacional del Comercio Justo, la iniciativa de comercializar productos de países del Sur de una manera justa y solidaria, que les permita alcanzar su desarrollo social y económico, y que, desde sus inicios se ha ido desarrollando cada vez con más fuerza.

Hoy en día podemos encontrar más de 4.000 tiendas de Comercio Justo, así como productos en más de 125.000 supermercados. Dentro del movimiento del Comercio Justo se encuentran organizaciones, tiendas y productos ya en todo el mundo: Europa, EEUU, Canadá, Latinoamérica, Japón, India, Australia y Nueva Zelanda<sup>5</sup>.

3 UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

4 Naciones Unidas calcula que “los países empobrecidos pierden unos 2.000 millones de USD por día a causa de las reglas comerciales injustas, 14 veces la cantidad que reciben en concepto de ayuda”. UNCTAD; Conferencia de las NU sobre los Países Menos Adelantados 2001.

5 Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story. / Comercio Justo 2007: nuevos datos y cifras de una historia de éxito. Fair Trade Advocacy Office, FINE, Bruselas, diciembre 2008.

## Nuestro consumo tiene consecuencias

Nuestro modelo de consumo tiene consecuencias tanto en el Norte, como, sobretodo, en el Sur del planeta donde encontramos un creciente agotamiento de los recursos naturales, éxodo rural hacia las ciudades, explotación laboral, desempleo, falta de atención hacia las enfermedades y la educación, dificultades para implementar servicios de bienestar social, disturbios civiles y una gran inestabilidad política.

Es importante plantearnos las condiciones sociales en las que se ha producido lo que adquirimos. **¿Dónde se ha hecho? ¿Quién lo ha hecho? ¿En qué condiciones? ¿Qué les quedará con el beneficio de mi compra?** Podemos hacer que detrás del producto que adquirimos haya relaciones laborales y humanas dignas, comunidades solidarias, culturas valorizadas, posibilidad de llevar una vida digna; o bien que haya explotación laboral, extorsión económica, represión sindical, explotación

### ¿Qué es el Comercio Justo?

“El comercio justo es una relación comercial entre socios, basada en el **diálogo**, la **transparencia** y el **respeto mutuo**, que busca una mayor justicia en el comercio internacional.

El comercio justo contribuye al **desarrollo duradero y sostenible** proporcionando mejores condiciones comerciales y asegurando sus derechos a los productores y trabajadores marginados, especialmente en los países del Sur.

Las **organizaciones de comercio justo**, apoyadas por los consumidores, están comprometidas activamente, dando su apoyo a los productores, despertando la conciencia pública y luchando para cambiar las normas y prácticas habituales del comercio internacional”.

Definición acordada en el año 2001 por FINE, plataforma formada por las principales redes de Comercio Justo internacionales<sup>6</sup>

<sup>6</sup> FINE está formada por: FLO - Fair Trade International Labelling Organizations-, IFAT/ WFTO – World Fair Trade Organization-, NEWS –Network of European Worldshops-, y EFTA – European Fair Trade Association-.

infantil, discriminación sexual, racial o cultural, imposibilidad de atención sanitaria, o analfabetismo.

## Con nuestro consumo nos implicamos

El **consumo responsable** implica actuar tan responsablemente como sea posible teniendo en cuenta las consecuencias de nuestras decisiones, y también **la implementación de políticas públicas** que restrinjan aquellas opciones de consumo que no sean sostenibles, de manera que también colectivamente nos dotemos de mecanismos que impidan los impactos negativos. Las administraciones públicas tienen una enorme influencia en el mercado y en la sociedad, no sólo con su actividad normativa sino también como consumidoras de bienes y servicios y como modelo para la ciudadanía.

El ámbito de actuación más importante desde el que una institución pública puede influir en el mercado es el de las **compras públicas**: la Unión Europea estima que los contratos de las administraciones públicas europeas en suministros, obras y servicios equivalen a un 16% del PIB europeo -en torno a 1.500 billones de Euros-. Teniendo en cuenta este dato, podemos hacernos una idea de la repercusión y beneficios para las poblaciones de los países del Sur que a todos los niveles supondría la inclusión generalizada de criterios sociales y éticos desde las administraciones públicas.

## Las administraciones públicas

En los últimos años, las administraciones públicas están promoviendo una mayor coherencia entre los compromisos internacionales adoptados y sus propios comportamientos internos. En sus compras públicas las Administraciones tienen la oportunidad de introducir consideraciones de tipo social, ambiental y ético.

Las administraciones públicas juegan un papel muy importante en la promoción del Comercio Justo y es necesario que tengan un **comportamiento ejemplar** dando preferencia en sus compras a los productos con criterios o estándares éticos más exigentes. El término y la filosofía de lo que se denomina **Compra Pública Responsable** representa el compromiso por



parte de las instituciones públicas con los productores y otros actores económicos para cumplir con las convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores y lucha contra la explotación laboral infantil.

Según recoge el estudio “El Comercio Justo en la Comunidad de Madrid 2006”<sup>7</sup> realizado por SETEM, el 95 % de la población madrileña considera, en relación al Comercio Justo, que “las Administraciones Públicas deberían apoyar este tipo de actividades”, tanto por una cuestión de coherencia, de ejemplarización, como de necesidad de cambiar la situación global actual; la **Compra Pública Responsable** puede significar grandes cambios en el panorama mundial actual.

## El decálogo del Comercio Justo:

1. **Se trabaja con pequeños productores de países del Sur.**
2. **Salarios y condiciones de trabajo dignos**
3. **Erradicación de la explotación infantil**
4. **Igualdad entre mujeres y hombres**
5. **Respeto por el medio ambiente**
6. **Funcionamiento democrático**
7. **Relación comercial a largo plazo para asegurar un desarrollo sostenido**
8. **Pago de una parte del coste por adelantado, para evitar el endeudamiento del productor**
9. **Destino de parte de los beneficios a la comunidad: sanidad, educación, etc.**
10. **Información al consumidor**

## El Comercio Justo, otra forma de hacer las cosas

El Comercio Justo busca la justicia y equidad en la producción y distribución de los bienes, el respeto al medioambiente, la no discriminación de género, la erradicación de la explotación infantil, evitando además la larga cadena de intermediarios especuladores que encarecen los productos e impiden la transparencia en la información sobre el origen y la manera en que han sido producidos. Los actores del Comercio Justo son:

- Los productores, organizados en cooperativas o asociaciones.
- Las importadoras u organizaciones de comercio alternativo, que trabajan directamente con los productores –campesinos, artesanos, etc.-
- Las tiendas de Comercio Justo, que desarrollan una labor comercial (venta), pero también de sensibilización (informando sobre el origen del producto, sus condiciones de producción) y de presión política y empresarial (participando en campañas)
- El consumidor/a, que opta por un consumo responsable y obtiene la garantía de que su producto es de Comercio Justo.

Hoy en día **más de un millón y medio de pequeños productores**, organizados en más de 50 países del Sur, elaboran productos que se venden en países del Norte, potenciando al mismo tiempo su distribución en sus países de origen<sup>8</sup>.

El interés por una compra responsable está en aumento, **las ventas de Comercio Justo han crecido en Europa una media del 20 % anual** desde el año 2000, y **en España un 14,2 %**. Gracias a esta tasa de crecimiento, en apenas ocho años la venta de estos productos ha aumentado en nuestro país desde los casi 7 millones de euros en el año 2000 hasta la cifra récord de más de 17 millones en 2007, aunque en los dos últimos años el ritmo de crecimiento no ha sido el esperado<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Se calcula que hay más de 7,5 millones de personas que se benefician del CJ (productores con sus familias).

<sup>9</sup> El crecimiento promedio registrado en 2006 – 2007 ha sido del 7,3 %. Este crecimiento es significativamente más bajo que el registrado en el periodo 2000 – 2003, que fue del 15 %, así como el alcanzado en el bienio 2004 – 2005, que fue del 20 %. Ver informe “El Comercio Justo en España 2008. Canales de importación y distribución”. SETEM / Icaria Editorial, enero 2009

La cuota general de mercado del Comercio Justo es aún pequeña, por lo que el aumento de las ventas como opción en la Compra Pública Responsable significaría un aumento muy importante del número de productores que pueden llevar una vida digna en los países del Sur.

## Sostenibilidad y Comercio Justo

Así como los criterios de *compra verde*, una práctica que lleva ya un camino recorrido más largo, pueden y están suponiendo una respuesta a problemas ambientales globales, la *compra ética* puede signicar grandes cambios en el panorama mundial.

Desde la **Conferencia de Río sobre el Desarrollo Humano** de 1992, organizada por Naciones Unidas, el concepto de sostenibilidad se ha ampliado, basándose en tres ejes fundamentales: económico, social y medioambiental. Este nuevo concepto se encuentra ya en el centro de las acciones sociales y políticas presentes y futuras, como base de innumerables iniciativas, como son los compromisos de la *Agenda 21*.<sup>10</sup>

A medida que se han ido estableciendo vínculos entre las organizaciones no gubernamentales de desarrollo y los procesos de la Agenda 21, ha ido ganando terreno en las acciones esta redefinición del concepto de sostenibilidad incluyendo no sólo los aspectos medioambientales, sino también los aspectos sociales y económicos, imprescindibles para la consecución de un desarrollo sostenible integral.

### El Comercio Justo asegura los tres pilares básicos del desarrollo:

- El desarrollo económico, a través del establecimiento de precios mínimos de garantía, y de relaciones a largo plazo con los productores.
- El desarrollo social, a través de sus componentes de igualdad de género, la no explotación infantil, los derechos sociales y laborales, el apoyo a los grupos más desfavorecidos, el desarrollo de servicios comunitarios, la formación, etc.
- El respeto al medioambiente para asegurar el futuro.

<sup>10</sup> Agenda 21 en un programa de las Naciones Unidas que tiene el objetivo de guiar la política y la gestión de los gobiernos hacia el desarrollo sostenible.

<sup>11</sup> Vandana Shiva. El País, 24 noviembre 2008.

Así el Comercio Justo se perfila como un suministrador ejemplar para las **nuevas compras públicas**, los productos elaborados bajo los criterios de este movimiento cumplen con creces estos nuevos requerimientos, incluyendo, además, la perspectiva del desarrollo, siendo considerado por numerosos organismos internacionales como una **herramienta eficaz en la lucha contra la pobreza**.

## El Comercio Justo como Agente de Desarrollo

Tanto a nivel estatal, europeo, como internacional, como en el caso de **Naciones Unidas**, se reconoce al Comercio Justo como **herramienta eficaz para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio** – ONU.<sup>12</sup>

En España desde el **Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008** y ahora en el nuevo Plan Director 2009-2012 el Comercio Justo también se reconoce como herramienta para el desarrollo de los países del Sur.

El **reconocimiento del CJ como agente de desarrollo** se encuentra también repetidamente en Resoluciones, Comunicaciones y Acuerdos del **Parlamento Europeo**. En su *Informe sobre comercio justo y desarrollo* de junio 2006, señala cómo el Comercio Justo podría facilitar, a largo plazo, una participación equitativa de los países en desarrollo en el sistema de comercio multilateral y garantizarles un acceso estable y sostenible al mercado europeo.

Criterios seguidos por el Comercio Justo, como un precio mínimo garantizado, empiezan a aparecer para productos básicos provenientes de países del Sur en las recomendaciones del Parlamento Europeo para las negociaciones comerciales globales, en el marco de la OMC y de los acuerdos GATT.

<sup>12</sup> Los Objetivos de Desarrollo del Milenio se fijaron en el año 2000 por los 191 países miembro de las Naciones Unidas. Son ocho Objetivos, que los países firmantes acordaron conseguir para el año 2015, referentes a la erradicación de la pobreza, la educación primaria universal, la igualdad entre los géneros, la mortalidad materna e infantil, el avance del VIH/SIDA, la sostenibilidad del medio ambiente, y el fomento de una Asociación Mundial para el Desarrollo.



En base a todas estas consideraciones la Comisión de Desarrollo de la UE, apoyada por la Comisión de Comercio Internacional, **pide a las autoridades europeas que integren criterios de CJ en sus licitaciones públicas y en sus políticas de compra.**

## El Comercio Justo y la Compra Pública Responsable

Distintos ayuntamientos, universidades y otros organismos públicos han aprobado declaraciones institucionales a favor del Comercio Justo; el Comercio Justo ha entrado a formar parte de muchas convocatorias públicas de subvenciones a proyectos de cooperación y de sensibilización, y el consumo de café y de otros productos de Comercio Justo se está extendiendo en muchos organismos oficiales. Las administraciones públicas ya han comenzado a implicarse activamente en el Comercio Justo.

El Ayuntamiento de Madrid se ha sumado al impulso del Comercio Justo dando soporte a las campañas de sensibilización, apoyando la Fiesta anual que celebramos con motivo del Día Internacional del Comercio Justo en el mes de mayo, incorporando productos de alimentación en distintos *caterings* y desayunos escolares, y con la próxima incorporación de criterios éticos en los contratos para sus abastecimientos, especialmente en el ámbito de las máquinas de *vending*. A través del Instituto Municipal del Consumo ha contactado con las Juntas Municipales de Distrito y Áreas de Gobierno para impulsar las opciones de Comercio Justo en sus compras.

Diversas instituciones en nuestro país ya han optado por la elección de productos de Comercio Justo para sus productos promocionales, camisetas, regalos institucionales, felicitaciones navideñas, etc.

El Ayuntamiento de Madrid, desde su Código de Buenas Prácticas Ambientales en Materia de Contratación -2005-, dentro del plan de acción de la Agenda 21 local, pone de manifiesto la importancia de fomentar la adquisición de productos de Comercio Justo en los servicios municipales: " Capítulo 4. Contratos de Gestión de Servicios Públicos (...) es importante que los servicios públicos fomenten los productos de Comercio Justo...

Ahora, la opción por la adquisición de productos de Comercio Justo y la inclusión de cláusulas éticas, sociales y ambientales en la contratación, serán ejes transversales del I Plan de Consumo Sostenible de la Ciudad de Madrid 2009-2011 actualmente en elaboración.

Estos son primeros pasos que buscan implicar activamente a las administraciones públicas a medio y largo plazo en la introducción de garantías éticas y sociales en la contratación pública, pretendiendo ampliar el conocimiento y consumo de productos de Comercio Justo, así como de otros productos que cumplan con los Convenios básicos de la Organización Internacional de Trabajadores -OIT- y con el respeto a los derechos humanos.

La OIT ha identificado una serie de derechos básicos como "derechos fundamentales de los seres humanos en el trabajo", que se recogen en ocho Convenios fundamentales:

- Convenio relativo a la libertad sindical (Convenio No. 87) y al derecho de sindicación y de negociación colectiva (Convenio No. 98);
- Abolición del trabajo forzoso u obligatorio (Convenio No. 29 y 105);
- Igualdad de remuneración (Convenio No. 100) y la no discriminación en el trabajo (Convenio No. 111); hay siete áreas prohibidas para la discriminación: raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional y origen social;
- Abolición del trabajo infantil (Convenio No. 138) y convenio adicional sobre las "peores formas" (Convenio No. 182).

También se contempla la necesidad de unas condiciones aceptables de trabajo: difieren fundamentalmente de las normas laborales internacionales básicas, ya que no existe un consenso internacional comparativo. Hay una lista de indicadores de condiciones aceptables de trabajo que incluye el salario mínimo (basado en el Convenio No. 26); la semana regular de trabajo de 48 horas o menos (basado en los Convenios No. 1, 30, 47); días festivos pagados cada año (basado en los Convenios No. 52, 101, 132); mínimo de un día completo de descanso cada 7 días; y normas de salud y de seguridad (Convenio No. 155), así como la necesidad de la educación formal, la no formal y capacitación <sup>13</sup>.

La OIT está formada por 175 Estados Miembro, representantes de organizaciones nacionales de trabajadores y patronos.

<sup>13</sup> Webmils Monitoring International Labor Standards

## Sistema de garantías del Comercio Justo

Un sistema de **garantías**, de validez reconocida por el Parlamento Europeo, verifica el cumplimiento de los estándares inherentes al movimiento para que el producto pueda ser considerado de Comercio Justo. Estas normas, para productos y/o para organizaciones, han sido desarrolladas por el movimiento internacional del Comercio Justo durante los últimos 50 años, en estrecha colaboración con los productores. El cumplimiento de las normas se controla y evalúa de forma regular.

Hay dos vías para la comercialización de estos productos: la primera de ellas a través de las **organizaciones de Comercio Justo**, la mayor parte de las cuales, junto a las organizaciones de productores, son miembros de la Organización Mundial de Comercio Justo, **WFTO** – World Fair Trade Organization<sup>14</sup>-, el uso de un distintivo como organización de CJ sólo se autoriza si se cumplen los requisitos de su sistema de normas y control.

La segunda es el **etiquetado de productos**, se trata del sistema **Fairtrade**, gestionado por **FLO International** -Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo-<sup>15</sup>. FLO, la organización normativa en esta materia, ha elaborado un conjunto de normas internacionales estandarizadas, cuyo cumplimiento es supervisado regularmente por auditorías independientes que lleva a cabo FLO-Cert. En España la **Asociación del Sello FAIRTRADE-Comercio Justo** se encarga de promocionar este sistema y de otorgar el Sello FAIRTRADE a los productos que cumplen la normativa internacional.

En nuestro país las importadoras y las tiendas de Comercio Justo se agrupan en la **Coordinadora Estatal de Comercio Justo**<sup>16</sup>, que tiene como objetivos mejorar la coordinación y comunicación entre sus miembros, velar por el cumplimiento de los criterios y fomentar el Comercio Justo. La Coordinadora Estatal de Comercio Justo pertenece a su vez a la Organización Mundial de Comercio Justo.



<sup>14</sup> Antes denominada IFAT/Asociación Internacional para un Comercio Alternativo. Es la red global de las organizaciones de Comercio Justo con 270 miembros de 61 países. Comprende productores, exportadores, importadoras y minoristas. [www.wfto.com](http://www.wfto.com)

<sup>15</sup> Con el Sello FAIRTRADE las empresas tradicionales pueden también distribuir productos con garantía ética, FLO (Fairtrade Labelling Organizations) ha desarrollado un sistema de certificación de productos de Comercio Justo. Este sistema agrupa, a día de hoy a 21 Iniciativas Nacionales.

La gama de productos certificados por el sistema FLO incluye productos de alimentación como café, cacao, azúcar, té, miel, zumos, uvas de vino, fruta y verdura fresca, frutos secos, nueces, especias; y productos no comestibles como algodón, balones de deporte y flores.

[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) [www.sellocomerciojusto.org](http://www.sellocomerciojusto.org)

<sup>16</sup> Coordinadora Estatal de Comercio Justo, [www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)

Un producto es de Comercio Justo si está producido e importado por organizaciones de Comercio Justo o si lleva un sello de Comercio Justo, es decir:

- Que el producto haya sido importado y distribuido por una organización de Comercio Justo acreditada por WFTO o por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo.
- Que el producto tenga el sello FAIRTRADE-Comercio Justo

En ambos casos se garantiza que el producto es de Comercio Justo aun cuando en la vía del movimiento del Comercio Justo se garantiza además un especial compromiso por parte de las organizaciones. Cuando una Administración Pública decide incorporar Comercio Justo a una compra o a un contrato de suministro o servicio es fundamental acotar el concepto, de forma que no se genere confusión con alternativas éticas, solidarias o sostenibles con estándares más bajos.

La provincia holandesa de Groningen abrió en 2007 una licitación pública para la gestión de los servicios de café de sus dependencias exigiendo que todo el café fuera de Comercio Justo. Douwe Egberts respondió a la licitación ofertando café con certificado *Utz Café* como equivalente a la certificación de Comercio Justo.

Esta oferta se desestimó por no cumplir los requisitos solicitados y Douwe Egberts reaccionó querellándose contra la institución pública. El Tribunal de Distrito de Groningen rechazó la denuncia interpuesta considerando, que para productos, la certificación FAIRTRADE-Comercio Justo es la que ofrece mayores estándares de garantías sociales y medioambientales para los productores del Sur y los consumidores del Norte.

Esta sentencia, que sienta un precedente jurídico, apoya claramente la certificación FAIRTRADE-Comercio Justo frente a otras certificaciones con estándares más bajos.



## Redes estatales e internacionales para la Compra Pública Responsable

Diversas redes estatales e internacionales reúnen a ayuntamientos y otras instituciones públicas que quieren sumarse al consumo responsable y a la compra ética:

- Las **Clean Clothes Communities**, “*Ropa Limpia en los Ayuntamientos*”, impulsadas por la Campaña Ropa Limpia<sup>17</sup>. En Francia más de 250 ayuntamientos forman parte de la red de municipios *Ética en la Etiqueta*, creada a raíz de una serie de acciones de la Campaña Ropa Limpia francesa, después de que el Parlamento francés aprobara en 1999 una ley en la que insta a no consumir productos fabricados con explotación infantil. Varios de estos municipios han pasado ya de las declaraciones de intenciones a la incorporación efectiva de cláusulas éticas en su contratación.
- Las **Fair Trade Cities**, o *Ciudades por el Comercio Justo*, red internacional inicialmente impulsada por FLO<sup>18</sup> en diversas ciudades de Europa, EEUU, Canadá y Australia, y que en España está siendo coordinada por IDEAS<sup>19</sup>. Agrupa a ayuntamientos y otras entidades que se comprometen activamente en la promoción del Comercio Justo.
- El **Proyecto Fair Procura** del que forman parte distintas organizaciones de Comercio Justo europeas, así como IDEAS en España, para incrementar la contribución al desarrollo sostenible de las autoridades públicas y los compradores institucionales, a través de políticas y prácticas de compra pública ética.

<sup>17</sup> Campaña Ropa Limpia - Clean Clothes Campaign-, coalición internacional de sindicatos, centros de investigación, organizaciones de consumidores, de mujeres, y ONGs, entre otras organizaciones, que nace en los Países Bajos a principios de la década de los 90 para investigar y denunciar las condiciones de trabajo en la industria textil. Coordinada en España desde 1997 por SETEM.

<sup>18</sup> FLO -Fairtrade Labelling Organizations- International es una asociación sin ánimo de lucro que implica a 23 organizaciones miembro: Iniciativas del Sello de Comercio Justo FAIRTRADE y Redes de Productores, así como a comerciantes y expertos externos. La asociación desarrolla y revisa los Criterios de Comercio Justo Fairtrade y asesora a los productores certificados.

<sup>19</sup> IDEAS -Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria- organización que desarrolla iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable. El Ayuntamiento de Madrid, así como otros ayuntamientos españoles se han adherido a esta red.

- **Eurocities**, asociación de grandes ciudades europeas, que potencia las buenas prácticas que den preferencia a productos y servicios que respeten el medio ambiente y estén producidos y comercializados de manera socialmente responsable y en condiciones equitativas, como los productos de Comercio Justo<sup>20</sup>.
- La **Campaña Procura +** del ICLEI<sup>21</sup>, que siguiendo la estela de su exitosa campaña anterior dirigida a las compras municipales con criterios ambientales *Buy It Green*, ha ampliado el concepto para desarrollar criterios sociales en la contratación pública. El socio para España en este proyecto es Bakeaz<sup>22</sup>.
- **Xarxa per la Compra Pública Ética**, *Red para la Compra Pública Ética de Cataluña*, impulsada por la Diputación de Barcelona, el Fondo Catalán de Cooperación al Desarrollo, los Ayuntamientos de Barcelona, Badalona y Manresa y coordinada por SETEM Cataluña. Actualmente forman parte de ella 10 ayuntamientos más las entidades arriba mencionadas, todas ellas interesadas en la adopción de medidas que les permitan asegurar que los productos que adquieren están libres de explotación y de injusticias.

En Acuerdo del Pleno del 30 de mayo de 2008, el Ayuntamiento de Madrid aprobó por unanimidad la proposición presentada por el Grupo Municipal del Partido Popular, Partido Socialista e Izquierda Unida, para iniciar las actuaciones necesarias para conseguir la acreditación de Madrid como *Ciudad a favor del Comercio Justo*.

El Ayuntamiento de Madrid se compromete a fomentar la utilización de productos de Comercio Justo por la Administración Municipal, los organismos autónomos y las empresas públicas municipales en el marco de la Ley de Contratos del Sector Público, así como a promover la disponibilidad de estos productos en establecimientos comerciales y sector de la hostelería, y su consumo en el sector privado.

Asimismo realizará actividades de información y difusión a los ciudadanos para dar a conocer sus actividades y promocionar el Comercio Justo.

Adicionalmente se compromete a impulsar proyectos de cooperación al desarrollo, en el marco de la lucha contra la pobreza, que puedan integrarse en la red del Comercio Justo.

<sup>20</sup> 13 ciudades españolas forman parte de la red Eurocities, entre ellas Madrid.

<sup>21</sup> International Council for Local Environmental Initiatives /Gobiernos Locales para la Sostenibilidad. ICLEI es una asociación internacional de gobiernos locales y asociaciones de gobiernos locales nacionales y regionales, que han asumido un compromiso con el desarrollo sostenible.

<sup>22</sup> Bakeaz, asociación española que trabaja en temas de sostenibilidad, participación ciudadana, desarrollo, y cultura de paz.

# 3

## Cómo introducir productos de Comercio Justo en una institución

### El compromiso de la institución pública

Una orientación responsable de las compras y contrataciones públicas puede tener una gran repercusión en el medioambiente, la sociedad y el mercado. De esta manera la Administración Pública actúa de forma coherente, eficiente, sostenible, y es un referente positivo para la sociedad, los proveedores y las empresas.

Existen diferentes estrategias de apoyo al Comercio Justo desde las Administraciones Públicas que se pueden ordenar en función del grado de compromiso o implicación:

- En un primer nivel se sitúa el **apoyo político**, a través de declaraciones institucionales a favor del Comercio Justo, incorporación del Comercio Justo en las leyes de cooperación al desarrollo, o la promoción del consumo sostenible en el marco de la *Agenda 21*<sup>23</sup>, u otros planes de acción.
- Esto puede concretarse en un segundo nivel por medio de la elaboración de pliegos de condiciones en los concursos públicos de adjudicación de compras de bienes y servicios, en los que se refleje este apoyo político.
- Una administración pública también puede hacer uso de la contratación directa para incorporar criterios éticos en sus compras de forma sencilla, como un laboratorio de la Compra Pública Responsable.
- Paralelamente, la institución puede establecer acuerdos con una ONG especializada en este campo con el fin de aumentar el conocimiento de las propuestas del Comercio Justo en su entidad, impulsando la implicación y finalmente el consumo<sup>24</sup>.

La contratación de la Administración Pública está regulada por una serie de directivas comunitarias y por la normativa estatal y autonómica. Las nuevas Directivas Europeas de Contratación Pública facilitan la introducción explícita de criterios sociales, éticos y ambientales en la contratación, siempre que se respeten los principios de no discriminación y transparencia y siempre que se defina correctamente la introducción de estos criterios durante el proceso de contratación.

<sup>23</sup> Los procesos de Agenda 21 están siendo también decisivos para elaborar planes de acción a favor del Comercio Justo: en España más de 1500 municipios han adquirido formalmente este compromiso y muchos ayuntamientos han empezado introduciendo café de Comercio Justo en las máquinas automáticas de sus dependencias a través de éste y otros departamentos municipales.

<sup>24</sup> SETEM ya ha realizado diversas experiencias en este sentido, como veremos más adelante.

Una implementación efectiva del Comercio Justo y cláusulas éticas requiere el compromiso de políticos, directivos, responsables de compras y consumidores finales de los productos. Se pueden organizar jornadas, charlas, o elaborar material informativo para cumplir este objetivo.

### Introducción de cláusulas favorables al Comercio Justo en las contrataciones públicas

#### El marco jurídico

El actual marco jurídico de la contratación pública se regula, a nivel europeo, por la **Directiva 2004/18/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo**, de 31 de marzo, sobre coordinación de los procedimientos de adjudicación de los contratos públicos de obras, suministros y servicios, y su transposición a la legislación española con la **Ley 30/2007**, de 30 de octubre, de **Contratos del Sector Público**. Ambas han desarrollado expresamente la **posibilidad de introducir consideraciones sociales y ambientales en distintos momentos del proceso de contratación**<sup>25</sup>.

Los procedimientos de contratación pública han de respetar las libertades básicas del Tratado (libertad de circulación de mercancías, libre establecimiento y libre prestación de servicios), y están regidos por los principios de transparencia<sup>26</sup>, no discriminación<sup>27</sup>, reconocimiento mutuo<sup>28</sup>, libre competencia y selección de la oferta económicamente más ventajosa.

Esto no significa que se deba adjudicar el contrato a la oferta más barata, sino que hay que definir, en el propio procedimiento, los términos de referencia que hagan considerar que una oferta supera a las otras<sup>29</sup>.

<sup>25</sup> Cabe tener en cuenta también, aunque no tenga carácter de norma jurídica, la Comunicación Interpretativa de la Comisión sobre la legislación comunitaria de contratos públicos y las posibilidades de integrar aspectos sociales en estos contratos (COM (2001) 566 final)

<sup>26</sup> Publicidad y Transparencia: Todos los licitadores han de ser informados por igual y los requerimientos han de ser especificados claramente para poder comparar objetivamente las ofertas.

<sup>27</sup> No discriminación: Los criterios sociales, éticos o ambientales no pueden ser introducidos de manera que favorezcan a proveedores locales o nacionales.

<sup>28</sup> Si en la descripción de las especificaciones técnicas la autoridad contratante hace referencia a estándares predefinidos, han de admitirse también ofertas que demuestren que su oferta es "equivalente" a las ofertas cubiertas por el estándar.

<sup>29</sup> Así lo han declarado reiteradamente los tribunales. Por ejemplo, en su Sentencia de 22 de noviembre de 1988, el Tribunal Supremo afirmaba que: La Administración no puede adjudicar el concurso a cualquiera, sino que ha de atenerse a la oferta que sea más ventajosa, no siendo determinante el valor económico por sí mismo". Posteriormente, en la Sentencia de 23 de mayo de 1997 declaraba que: "la Administración no está obligada a aceptar el mejor precio, sino la oferta más favorable a su interés".

Una de las principales novedades de la Ley 30/2007 es, como se afirma en su Exposición de Motivos, la configuración de *una estructura que permita acoger pautas de adecuación de los contratos a nuevos requerimientos éticos y sociales como son los de acomodación de las prestaciones a las exigencias de un “comercio justo” con los países subdesarrollados o en vías de desarrollo como prevé la Resolución del Parlamento Europeo en Comercio Justo y Desarrollo (2005/2245 INI)*<sup>30</sup>

En el articulado de la Ley podemos encontrar concretadas estas previsiones :

- **Art 102:** Condiciones especiales de ejecución del contrato. Los órganos de contratación podrán establecer condiciones especiales en relación con la ejecución del contrato siempre que sean compatibles con el derecho comunitario y se indiquen en el anuncio de licitación y en el pliego o en el contrato. Estas condiciones de ejecución podrán referirse, en especial, a **consideraciones de tipo ambiental o de tipo social (...)** o garantizar el **respeto a los derechos laborales básicos a lo largo de la cadena de producción .....**

- **Art 134:** Criterios de valoración de las ofertas. Para la valoración de las proposiciones y la determinación de la oferta económicamente más ventajosa deberá atenderse a criterios objetivos vinculados al objeto del contrato tales como la calidad, el precio, (...), el plazo de ejecución o entrega de la prestación, el coste de utilización, **las características ambientales o vinculadas con la satisfacción de exigencias sociales (...)**.

Cuando sólo se utilice un criterio de adjudicación, éste ha de ser, necesariamente, el del precio más bajo.



Campana Ropa Limpia 2006 SE-

<sup>30</sup> La Coordinadora Estatal de Comercio Justo participó activamente para que estos requerimientos fueran reflejados.

## Los procesos de contratación pública

En un proceso de contratación pública se distinguen de forma general cinco fases:

1- **Elección del objeto del contrato:** La legislación no restringe el objeto de la compra, es decir, lo que se contrata, siempre considerando que, como ya hemos visto, hay ciertos principios del derecho comunitario que han de salvaguardarse.

2- **Determinación de las especificaciones técnicas y parámetros contractuales para el producto o servicio requeridos:** Las especificaciones técnicas describen y detallan el objeto del contrato con los requisitos cuantificables, claros y concretos que ha de satisfacer.

3- **Selección de proveedores que tenga capacidad económica, financiera y técnica para ejecutar el contrato:** Se realiza en función de unos criterios de selección que garanticen la capacidad de los licitadores para realizar ese contrato.

4- **Adjudicación del contrato:** Parte de la evaluación de la calidad de las ofertas presentadas al concurso. Los criterios de valoración podrán basarse tanto en cuestiones económicas como ambientales o éticas.

5- **Ejecución del contrato:** Al finalizar el proceso de contratación es posible establecer ciertos requisitos o condicionantes para ejecutar el contrato.



Foto Equimerca

La normativa vigente permite la posibilidad de introducir criterios éticos, fundamentalmente:

- Como un **criterio de selección o admisión de proveedores** a la licitación, de manera que sólo puedan resultar adjudicatarios del contrato aquellos proveedores que cumplan con los requisitos éticos establecidos.
- Como un **criterio objetivo de adjudicación**, en la fase de valoración de las ofertas presentadas, de manera que los poderes públicos puedan tener presente el cumplimiento de los criterios éticos a la hora de adjudicar el contrato.
- Como una **condición de ejecución del contrato**, de manera que la empresa adjudicataria queda obligada a cumplir con las exigencias éticas en la realización de las prestaciones.

La normativa también permite tener en cuenta consideraciones sociales en otros momentos del procedimiento, como veremos más adelante.

Las estrategias de **contratación pública ética** se pueden concentrar en la definición del **objeto del contrato** en el caso de la elección de suministros con especiales características éticas como es el **café u otros productos de Comercio Justo**.

Podemos encontrar ya **varios concursos de adjudicación que incorporan el café de Comercio Justo de maneras diferentes; todas ellas son válidas para facilitar el acceso de estos productos a nuestras instituciones.**

### La compra directa de productos mediante el contrato menor

En relación con los suministros de poca cuantía económica, los poderes públicos pueden garantizar fácilmente que los productos hayan sido producidos en condiciones dignas gracias al **procedimiento de adjudicación simplificada** previsto para los contratos menores.

La normativa permite la adjudicación directa del contrato, lo que hace que los poderes públicos puedan **adjudicarlo directamente a aquellos suministradores que satisfagan sus exigencias éticas**

**y sociales**, con un límite económico de 18.000 € para contratos de suministros y sin necesidad de publicidad previa.

En estos supuestos, disponer de la información adecuada resulta esencial para la toma de **decisiones de consumo responsable**. Es necesario tener conocimiento de las condiciones de producción de los bienes que se adquieren; la existencia de sellos de certificación sociales y ambientales, y la presencia de productos de Comercio Justo en el mercado son muy importantes para la toma de decisiones.

Un consumo responsable pasa por seleccionar proveedores que puedan demostrar su compromiso con el respeto al medio ambiente y a los derechos laborales de los trabajadores que intervienen en la elaboración del producto.

Algunos ejemplos:

En diciembre 2.005 el **Área de Gobierno de Empleo y Servicios al Ciudadano del Ayuntamiento de Madrid** adquirió para regalos institucionales 600 mochilas de Nepal, junto con 600 tazas personalizadas y 600 paquetes de café, todo ello de Comercio Justo.

Para sus camisetas promocionales, **Madrid 2012**, eligió adquirir camisetas de Comercio Justo, así como el **Área de Gobierno de Medio Ambiente y Servicios a la Ciudad del Ayuntamiento de Madrid**, a través de su Dirección General de Sostenibilidad y Agenda 21, con la adquisición de 13.000 camisetas de Comercio Justo en marzo 2.007 y otros ayuntamientos madrileños como los de Guadarrama y San Sebastián de los Reyes.

El **Ayuntamiento de Badalona** adquirió 65.000 pañuelos solidarios para sus Fiestas de Mayo de 2.008. El objeto del contrato fue el suministro de pañuelos solidarios.

Las sudaderas compradas por el **Ayuntamiento de Bagá** como parte del uniforme de su brigada municipal de limpieza se encargaron a una importadora de Comercio Justo.

En todos los casos, al tratarse de importes inferiores a 12.000 € (el límite en aquellos momentos) se pudo elegir a los proveedores a través del contrato menor.

## Posibilidades del procedimiento negociado

Además del procedimiento simplificado previsto para los contratos menores, existen otros procedimientos de contratación administrativa que resultan especialmente indicados para introducir criterios de compra pública ética.

Uno de ellos es el **procedimiento negociado**, en el que el órgano de contratación adjudica el contrato de manera razonada, después de consultar y negociar las condiciones con distintos candidatos.

Este procedimiento también permite a las administraciones negociar con los licitadores la forma de acreditar que el producto que suministren haya sido producido en condiciones laborales dignas.

Si se opta por el procedimiento negociado habrá que indicar en el pliego de cláusulas administrativas qué aspectos, aparte del precio, podrán ser objeto de negociación. Se puede hacer uso del procedimiento negociado en contratos de suministro inferiores a 100.000 €. En caso de que el importe supere los 60.000 € será necesario publicar la licitación en el diario oficial que corresponda.

## El procedimiento abierto

En el procedimiento abierto de contratación cualquier proveedor puede presentar una oferta, y el contrato será adjudicado al proveedor que hubiera presentado la oferta económicamente más ventajosa en los términos establecidos en el pliego de cláusulas administrativas.

Como ya veíamos antes, la expresión **oferta económicamente más ventajosa** engloba tanto el criterio del *precio más bajo*, como una *multiplicidad de parámetros de valoración* directamente vinculados al objeto del contrato.

A continuación analizaremos los principales elementos y fases del procedimiento abierto, y las posibilidades en cada caso de incorporar criterios de compra ética.

### A. En la definición del objeto del contrato de suministro:

Las administraciones públicas pueden comprar o contratar el producto o servicio que valoren más conveniente siempre y cuando respeten los principios de la contratación administrativa.

En la definición del objeto del contrato se establece cuál es el producto que la administración quiere adquirir con este procedimiento. Se pueden integrar los objetivos de Compra Pública Responsable cuando éstos tengan relación con el objeto del contrato<sup>31</sup>. Hay que tener cuidado de hacer referencia explícita al producto o servicio y no entrar en valoraciones respecto a la empresa proveedora.

También es necesario tomar en consideración que la definición del objeto del contrato no puede dar lugar a un acceso restringido al contrato en detrimento de licitadores de otros estados miembros.

Muchos de los mecanismos que permiten introducir consideraciones sociales en la contratación administrativa requieren que las exigencias éticas estén vinculadas al objeto del contrato. Por este motivo, y para prevenir eventuales invalidaciones de las cláusulas sociales por parte de los Tribunales de Justicia, es fundamental definir de manera clara y concisa el objeto del contrato, incorporando las consideraciones sociales que serán desarrolladas en otros apartados del pliego de cláusulas administrativas.

El Ayuntamiento de Lille (Francia) en su Concurso para el Suministro de Ropa de Trabajo destinada al funcionamiento de los servicios municipales -2007-, manifiesta en el objeto del contrato que, con la voluntad de asegurar las condiciones sociales y ambientales a lo largo del ciclo de producción, espera influir de forma significativa en el respeto de los Derechos del Hombre y en la preservación del Medio Ambiente en una perspectiva de desarrollo sostenible.  
En las especificaciones técnicas pide poseer un certificado, sello u otros documentos equivalentes sobre las condiciones de fabricación de los productos.

<sup>31</sup> **Relación con el objeto del contrato:** Los criterios de Comercio Justo introducidos han de tener relación con el objeto del contrato. Las consideraciones sociales o criterios éticos se refieren a cuestiones que afectan a la cadena de producción y consideraciones de política social al llevar a término el servicio. En estas consideraciones **la conexión con el objeto del contrato es clara en los contratos de suministro en los que, por ejemplo se pide expresamente un producto de Comercio Justo para las máquinas automáticas.** En el caso de la incorporación de productos de Comercio Justo en concesiones de restauración, la relación con el objeto del contrato no es tan evidente pero siempre que se integren de manera transparente y no supongan restricciones a los operadores económicos, suponen la integración de objetivos y compromisos de política social e impiden que aquellas empresas que asumen un compromiso especial con los derechos laborales y otras cuestiones éticas y sociales se encuentren en desventaja competitiva respecto a otros proveedores.



## B. En las prescripciones o especificaciones técnicas del producto

En los pliegos de prescripciones técnicas se detallan las características y las peculiaridades del objeto de suministro o de la prestación que desea contratar la Administración.

Por ello estas prescripciones han de estar referidas al producto, sin que sea posible incluir requisitos relativos a las empresas suministradoras.

Para no restringir la libre competencia entre licitadores, tanto la normativa europea como la española contienen un listado exhaustivo de las formas en las que se pueden definir las prescripciones técnicas. La exigencia de producto de Comercio Justo en el suministro o servicio contratado por la Administración resulta difícil de encajar en alguno de los supuestos tasados previstos en la ley.

Esto no significa que no sea posible exigir estas garantías en otros momentos del procedimiento de contratación. Como veremos más adelante, resulta preferible incluir la exigencia de producto de Comercio Justo como una condición de ejecución, en el pliego de cláusulas particulares.

## C. En los criterios de selección, en la fase de admisión de licitadores

Para poder celebrar contratos con el sector público, los proveedores tienen que poder acreditar el cumplimiento de los requisitos de solvencia profesional y técnica que sean exigibles legalmente. Se trata de requisitos de obligado cumplimiento que valoran la aptitud para contratar de los proveedores.

Tanto la normativa española como la europea exigen una vinculación directa de los requisitos de capacidad técnica con el objeto del contrato, es decir, sólo se podrá exigir aquella información que acredite la capacidad de la empresa para realizar el objeto del contrato, y no otro tipo de información.

Por lo tanto, si los criterios éticos están incluidos en la definición del objeto del contrato se puede pedir a los licitadores que garanticen su capacidad

para suministrar productos de Comercio Justo. Asimismo, puede solicitarse la acreditación de experiencia en contratos anteriores con similares exigencias éticas.

## D. En los criterios de adjudicación, en la fase de valoración de las ofertas

Una vez realizada la selección de los proveedores que participen en la licitación, el órgano de contratación pasa a valorar las proposiciones que se hayan presentado, para determinar cual es la oferta económicamente más ventajosa y adjudicar el contrato.

Corresponde a los poderes públicos indicar en el pliego de cláusulas administrativas los criterios que, aparte del precio, servirán para evaluar las ofertas presentadas. Estos criterios han de estar directamente vinculados al objeto del contrato y no podrán otorgar a la entidad adjudicadora una libertad de elección ilimitada.

La legislación sobre contratación prevé la posibilidad de incorporar consideraciones de tipo social como criterios de adjudicación, pero sólo menciona expresamente aquellos criterios dirigidos a la satisfacción de exigencias que respondan a necesidades propias de las categorías de población especialmente desfavorecidas a las que pertenezcan los usuarios o beneficiarios de las prestaciones a contratar. Aunque la lista de criterios de adjudicación incluidos en la normativa no es exhaustiva, en ocasiones la previsión de cláusulas sociales o éticas como criterios de adjudicación ha sido controvertida y, en algunos casos, ha sido impugnada ante los Tribunales.

Hasta el momento no hay jurisprudencia sobre la posibilidad de valorar en la fase de adjudicación del contrato, la aportación de garantías sobre el respeto de las condiciones laborales en la elaboración del producto. No obstante, si en la definición del objeto del contrato se han incorporado las exigencias éticas, un criterio de adjudicación de estas características no parecería contradecir a la legislación de contratos.

## Cláusula de preferencia a favor de los productos de Comercio Justo

Si la inclusión de criterios éticos en la fase de valoración de las ofertas pudiera resultar controvertida, no lo es en cambio la previsión de una cláusula de preferencia a favor de los productos de Comercio Justo. Por primera vez, la nueva *Ley de Contratos del Sector Público*<sup>32</sup> establece que, cuando el objeto del suministro sea un producto para el cual existan alternativas de Comercio Justo, el pliego de cláusulas administrativas particulares podrá prever, en caso de empate entre las ofertas, una

preferencia en la adjudicación respecto a aquellas entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo. Se trata de una previsión con poca trascendencia práctica pero que empieza a ser incluida de manera generalizada en todo tipo de licitaciones y que puede contribuir a dar a conocer entre los proveedores la sensibilidad social de los poderes públicos.

**En el pliego de cláusulas particulares para la contratación del servicio de cafetería y comedor autoservicio para los servicios centrales del INEM se dice:**

4.3 En caso de empate entre dos o más licitadores como consecuencia de la ponderación de los criterios de selección, se estará a lo Dispuesto en la Disposición Adicional 6ª de la LCSP, para establecer la preferencia en relación con aquellas empresas que pudieran tener en su plantilla personas con discapacidad o en situación de exclusión social, ser entidades sin ánimo de lucro o que tengan como objeto la utilización de productos alternativos de Comercio Justo, conforme a lo establecido más adelante en este Pliego en cuanto a la acreditación, en su caso, de estas circunstancias, en la documentación a incluir en el sobre 1.

**E. En las condiciones de ejecución del contrato**

La normativa permite que los órganos de contratación establezcan condiciones especiales en relación a la ejecución del contrato en el pliego de cláusulas administrativas. Estas condiciones tienen carácter contractual y, por lo tanto, la empresa adjudicataria del contrato está obligada a cumplirlas.

La introducción de criterios éticos en esta fase del procedimiento de contratación presenta varias ventajas respecto a las otras posibilidades examinadas (como criterio de selección de empresas o como criterio de adjudicación). En primer lugar, porque es en esta fase donde, de manera más natural,

encajan las exigencias relativas a las condiciones laborales de producción y comercialización del producto. En segundo lugar, porque la posibilidad de incorporar criterios éticos como condiciones de ejecución está prevista expresamente en la ley, de forma que resulta incontrovertida. Y en tercer lugar, porque **las condiciones de ejecución son de obligado cumplimiento para cualquier empresa adjudicataria, lo que le convierte en un instrumento idóneo para satisfacer exigencias éticas.**

La directiva comunitaria sobre contratación del año 2004 admite expresamente que las condiciones de ejecución se refieran a consideraciones de tipo social. Por su parte, la nueva Ley de Contratos del Sector Público, ha ampliado y desarrollado notablemente las previsiones europeas<sup>33</sup>. Así, el artículo 102 permite que las condiciones especiales de ejecución de carácter social se refieran en especial a:

- Promover la ocupación de personas con dificultades particulares de inserción en el mercado laboral.
- Eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer en el mercado laboral.
- Combatir el paro.
- Favorecer la formación en el lugar de trabajo.
- Otros fines establecidos en la estrategia coordinada de trabajo impulsada por la Unión Europea.
- Garantizar el **respeto de los derechos laborales básicos a lo largo de toda la cadena de producción** a través de la exigencia del cumplimiento de las Convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.

Con la inclusión de la citada cláusula como condición de ejecución del contrato, la legislación española **obliga a la empresa adjudicataria a acreditar de alguna manera que se han respetado los derechos laborales básicos a lo largo de toda la cadena de producción del artículo suministrado.** No será suficiente alegar que el país donde se haya elaborado el producto haya ratificado los

<sup>32</sup> Disposición Adicional 6ª de la Ley de Contratos del Sector Público: Los órganos de contratación podrán señalar en los pliegos de cláusulas administrativas particulares la preferencia en la adjudicación de los contratos que tengan por objeto productos en los que exista alternativa de Comercio Justo para las proposiciones presentadas por aquellas entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo, siempre que estas propuestas iguallen en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirvan de base para la adjudicación.

<sup>33</sup> La cláusula prevista en la legislación española permite exigir garantías de cumplimiento de los Convenios de la OIT a lo largo de toda la cadena de producción.

Convenios fundamentales de la OIT, ya que la cláusula exige el cumplimiento real y efectivo de los mismos.

Hay que señalar que los productos de Comercio Justo satisfacen ampliamente estos requisitos de garantía de los derechos laborales básicos, además de otros componentes ambientales y de

A propuesta del Pleno del Parlamento Vasco, el Gobierno de esta Comunidad Autónoma ha aprobado unas instrucciones dirigidas a los órganos de contratación para la "incorporación de criterios sociales, ambientales y otras políticas públicas en la contratación de las Administración de la Comunidad Autónoma y de su sector público".<sup>34</sup>

Estas instrucciones prevén la posibilidad de incluir en el pliego de cláusulas administrativas determinadas condiciones especiales de ejecución de carácter social. Entre otras, se contempla "la obligación contractual de la empresa adjudicataria de garantizar en la ejecución del contrato el respeto de los derechos laborales básicos a lo largo de la cadena de producción mediante la exigencia del cumplimiento de las Convenciones fundamentales de la OIT, entre otras, las referidas a la libertad sindical y de negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzado u obligatorio, la eliminación de la discriminación en materia de trabajo y ocupación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión pública, ascendencia nacional u origen social, así como la abolición del trabajo infantil" (IX.4: calidad del trabajo y derechos laborales básicos).

Las instrucciones prevén una evaluación y seguimiento periódico del grado de cumplimiento de las mismas por parte de los organismos de contratación.

Hay que señalar que, en el caso de los productos de Comercio Justo, se cumplen todos estos principios, además de otros componentes ambientales y de desarrollo.

desarrollo, por lo que, en caso de incluirse tal cláusula en un procedimiento de contratación, la Administración debe admitir como prueba del cumplimiento de la misma, la acreditación de la empresa adjudicataria de suministrar producto de Comercio Justo.

De la misma manera, es legalmente posible -y cada vez más habitual- incluir, como condición de ejecución del contrato, la obligación de la empresa adjudicataria del mismo de suministrar u ofrecer en el marco de la prestación, producto de Comercio Justo.

Paralelamente, puede exigirse la necesidad de hacer visible o indicar claramente que el producto que se sirve es producto de Comercio Justo, como ocurre por ejemplo con las máquinas de *vending* acreditadas.

En el marco de un contrato de servicio, la introducción del producto de Comercio Justo puede hacerse gradualmente, y establecerse así en el pliego de cláusulas administrativas.

**En la contratación del servicio de bar-cafetería-autoservicio de la Universidad Jaume I de Castellón se dice:**

Es interés de la Universidad introducir en la oferta de productos de este servicio productos de Comercio Justo. A tal efecto la empresa adjudicataria deberá introducir entre los productos que tenga a la venta aquellos que la Universidad le indique, previo acuerdo entre ambas.

<sup>34</sup> Resolución 6/2008, de 2 de junio, del Director de la Secretaría del Gobierno y de Relaciones con el Parlamento (BOE 19 de junio de 2008)

## ¿Qué proveedores pueden ofrecer las garantías éticas que necesita la administración pública?

Ya hemos visto cómo, en relación con la compra pública ética hay ciertos proveedores que claramente pueden dar respuesta a esta estrategia de suministros, como son las Organizaciones de Comercio Justo, y también otras empresas relacionadas con la economía social.

Pero no queremos acotar al Comercio Justo el campo de la Compra Pública Responsable con criterios éticos, de hecho, la disponibilidad de estos productos no puede satisfacer todas las necesidades de las Administraciones Públicas. Se trata también de proponer a proveedores habituales nuevas maneras de entender sus procesos de producción y su relación con las entidades públicas, impulsando asimismo sus procesos de Responsabilidad Social Corporativa, teniendo en cuenta que éstos son puntos clave para generar cambios sociales.

Por eso es aconsejable que cada Administración comprometida con la Compra Pública Responsable defina un plan de actuación en el que la demanda de criterios éticos y sociales en la contratación sea cada vez mayor.

## El café de Comercio Justo para máquinas automáticas

El café se ha convertido en el producto estrella del consumo de productos de Comercio Justo y hoy en día la cifra de ventas de café de Comercio Justo certificado supera en España los 2.500.000 €, equivalentes a casi 350.000 kilos de café. Muy por detrás le siguen el cacao y el azúcar<sup>35</sup>.

Las máquinas automáticas en nuestro país hace tiempo que han incorporado café de Comercio Justo, gracias a la iniciativa de muchas instituciones, trabajando conjuntamente con organizaciones de Comercio Justo<sup>36</sup>, influenciando positiva y directamente a toda la sociedad.

El café de Comercio Justo se encuentra en el abanico de cafés de gama alta formado por las mejores variedades de arábica latinoamericanas y robusta africanas, todos ellos con un aroma y un gusto exquisitos. Son cafés que provienen de organizaciones productoras del Sur que han recibido un precio justo por sus cosechas. El café de Comercio Justo es pues de una indiscutible calidad de taza y calidad social. Como además ha sido producido con criterios de respeto ecológico, tiene también una gran calidad ambiental.

Además del café, encontramos máquinas automáticas con otros productos de Comercio Justo como las barritas de cereales, chocolatinas, frutos secos, y más recientemente ha empezado a introducirse el azúcar de caña. Todos ellos todavía no tienen consumos significativos, pero las administraciones públicas ya contemplan la posibilidad de su consumo más generalizado.

El suministro de café de Comercio Justo en las máquinas automáticas de vending en edificios públicos también se puede conseguir a través de autorización del uso común especial del dominio público, según la Ley de Patrimonio del Estado -Ley 33/2003 de 3 noviembre-.

<sup>35</sup> "El Comercio Justo en España 2008. Canales de importación y distribución". SETEM/ Icaria Editorial , enero 2009

<sup>36</sup> Véase [www.buencafe.org](http://www.buencafe.org)



Foto David Quintas

El 8 de octubre de 1991 el Parlamento Europeo publicaba una Resolución en la que hacía una llamada a utilizar exclusivamente café de Comercio Justo en sus dependencias y animaba a todos los países miembros a hacer lo mismo<sup>37</sup>.



Foto David Quintanas

### Importancia del cultivo del café

El café es la materia prima que más divisas mueve en el mundo, después del petróleo: de su cultivo y transformación dependen unos 25 millones de familias en los países del Sur.

Según la Organización Internacional del Café -OIC- el valor de las exportaciones de café en grano en 2008 ha sido de 15 billones de dólares, y se calcula en 90 billones de dólares el dinero generado en total en el mundo del café en el último año.

El mercado del café está sometido a grandes fluctuaciones desde que en 1989 los desacuerdos en el seno de la OIC llevaron a que se dejaran de aplicar los *Acuerdos Internacionales Relativos al Café*, que establecían una horquilla de precios mínimos y máximos, así como unos cupos para la exportación.

Aunque en este momento los precios del café en grano se están recuperando en los mercados de valores, hasta el año 2005 se ha estado pagando al campesino por debajo del coste de producción<sup>38</sup>, lo que ha provocado importantes problemas tanto a nivel individual; empobrecimiento, caída en su calidad de vida: alimentación, falta de acceso a sanidad, educación, éxodo rural, etc.; como a nivel colectivo: crisis en las economías nacionales, caída en los niveles de desarrollo en los países del Sur.

Debido al gran riesgo que suponen los mercados especulativos, esta situación puede volver a presentarse, frente a ello el Comercio Justo ofrece una estabilidad en el precio, garantizando además una serie de criterios, no sólo económicos, sino sociales y ambientales que son fundamentales para el desarrollo y bienestar.

Además, una buena distribución de la riqueza generada podría combatir muy efectivamente la pobreza.

<sup>38</sup> Frente a la media de 60 centavos de dólar por libra de café, incluso a veces 30 centavos, (cuando el coste mínimo calculado de producción es de 90 centavos) que se ha estado pagando al productor en el mercado convencional, el Comercio Justo ha mantenido un precio mínimo garantizado para el campesino de 1,26 dólares -arábica-.

Actualmente el precio FLO se ha incrementado a 1,31 dólares como precio mínimo de referencia -para el grano arábica-, con variantes según los continentes y países productores.

Precios mínimo FAIRTRADE, abril 2008- para:  
-café arábica lavado: 1,21 dólares/libra  
-café robusta lavado: 1,05 dólares /libra  
+ 0,10 dólares/libra prima de Comercio Justo  
+ 0,20 dólares/libra diferencial para café orgánico

Hoy en día la media de precio de mercado convencional es de 1,12 dólares para el arábica y 0,90 para el grano robusta.

### El Programa “El Buen Café es Bueno para Todos/as” de SETEM

El Programa de SETEM “El Buen Café” de promoción del Comercio Justo y apoyo a los pequeños productores, nace en el año 1998, encontrándose implantado en la actualidad en Madrid, Cataluña, País Vasco, Navarra, Valencia y Galicia, habiéndose conseguido ya que en más de 700 máquinas automáticas de bebidas calientes haya café de Comercio Justo.



En estos momentos hay más de 50 empresas de vending que tienen máquinas con café y otros productos de alimentación de Comercio Justo acreditadas por SETEM, y el número sigue aumentando. Unas 70.000 personas consumen diariamente café de Comercio Justo en su puesto de trabajo o de estudio, en ayuntamientos, centros cívicos, hospitales, equipamientos deportivos, centros culturales, universidades y centros de enseñanza, así como en empresas privadas.

Las líneas de acción del programa son:

- Informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre las injusticias del comercio internacional y sobre las propuestas del Comercio Justo.
- Promocionar el consumo de café de Comercio Justo en instituciones públicas, universidades y empresas mediante el programa de acreditación de máquinas con café de Comercio Justo, así como su implantación en cafeterías y hostelería.
- Implicar a las empresas en el consumo del Comercio Justo.
- Apoyar a los grupos caficultores.

El programa también contempla el impulso al consumo de café de Comercio Justo en cafeterías y restaurantes, habiendo registrado ya alguna experiencia muy positiva<sup>39</sup>. Esperamos que este punto se impulse significativamente a través de la inclusión de cláusulas éticas en los pliegos de contratación de servicios de restauración en organismos públicos y privados, como ayuntamientos,

<sup>37</sup> Resolución del Parlamento Europeo A-3-228/91 de 8 de octubre, sobre el consumo de café como actividad de apoyo a los pequeños productores de café en el Tercer Mundo y su introducción en el seno de las instituciones comunitarias.

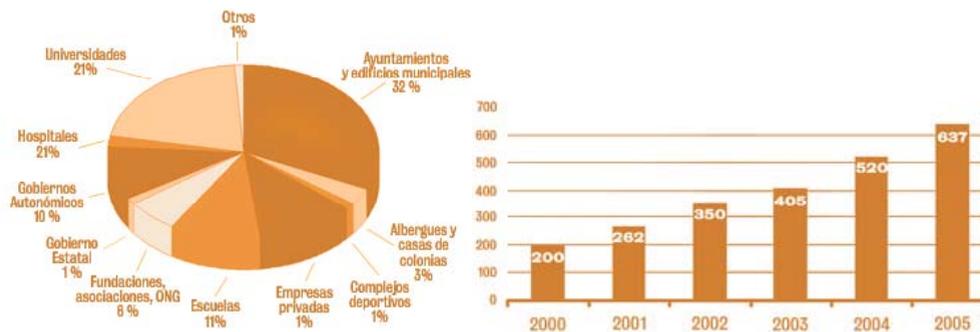
<sup>39</sup> Desde diciembre 2008 puede encontrarse café de Comercio Justo en la cafetería de la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo -AECID-, así como en sus máquinas automáticas.

### ¿Cómo funciona el Programa de SETEM "El Buen Café" en máquinas de vending?

- Nuestro programa facilita que haya café de Comercio Justo en las máquinas de bebidas calientes, sin tener que cambiar ni de máquina ni de empresa de vending.
- SETEM firma un convenio con las empresas de vending, identificando las máquinas visualmente y aplicando un sistema de control, que garantiza al consumidor final que las máquinas de vending acreditadas en su Programa sirven café de Comercio Justo

Si quieres participar, ponte en contacto con nosotros: [madrid@setem.org](mailto:madrid@setem.org)

Evolución y distribución de máquinas con café de Comercio Justo acreditadas por SETEM:



### Algunas experiencias destacadas:

La Generalitat de Catalunya a través de un acuerdo con SETEM y la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo y la Agencia Catalana de Consumo, impulsa y promueve el Comercio Justo y el consumo socialmente responsable.

En los pliegos de condiciones del Concurso para máquinas expendedoras de bebidas calientes -2004- del Departamento de Justicia, se establece que el café tiene que ser de Comercio Justo en sus máquinas de venta automática.

El Ayuntamiento de Barcelona -Departamento de Educación Ambiental y Participación- ha firmado un convenio con SETEM para la acreditación de las máquinas con café de Comercio Justo, implantado actualmente en más de 100 máquinas en sus dependencias.

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz ha incluido en las bases del Concurso para el otorgamiento de licencia de explotación de máquinas expendedoras de bebidas calientes en los Centros Cívicos -2002-, una condición que obliga a poner café de Comercio Justo. Ha trabajado conjuntamente con SETEM a través de un Convenio para la acreditación y control de las máquinas, que también incluye promoción y sensibilización.

El Fondo Gallego de Cooperación también ha establecido un acuerdo con SETEM para la introducción de café de Comercio Justo en máquinas vending y en cafeterías en dependencias municipales. En él se reconoce al Comercio Justo como una forma de denunciar las prácticas injustas que condicionan el comercio internacional.

Algunos departamentos del Ayuntamiento de Madrid ya han introducido el consumo de productos de Comercio Justo en sus lugares de trabajo: máquinas con café de Comercio Justo en el Área de Familia y Servicios al Ciudadano, Área de Hacienda y Administración Pública, Policía Municipal, dentro del programa de SETEM "El Buen Café es Bueno para Todos/as" a través de convenios con las empresas de vending correspondientes.

Otras experiencias de introducción de café de Comercio Justo se han dado ya dentro de este programa en Madrid en instituciones públicas y empresas privadas, como en Presidencia del Gobierno, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Comunidad de Madrid, Fundación Biodiversidad, Red Eléctrica Española, Adif, Universidades...



El Ayuntamiento de Madrid tiene previsto que todas las máquinas de vending en los edificios e instalaciones municipales ofrezcan café de Comercio Justo, estando ahora en proceso el adaptar a tal efecto los instrumentos jurídicos aplicables. Los medios precisos para poner en marcha este proyecto se habilitarán a través del Instituto Municipal del Consumo.

Foto SETEM

## Soporte político al Comercio Justo

### A nivel Europeo

Desde principios de los años 90 encontramos manifestaciones de apoyo al Comercio Justo por parte de las diferentes instituciones europeas:

- El artículo 177 del Tratado fundacional de la **Comunidad Europea** establece una política comunitaria en la esfera de la cooperación al desarrollo.
- El **Parlamento Europeo**, mediante la Resolución A3-228/91 de 8 de octubre de 1991, hizo un llamamiento a las instituciones comunitarias para utilizar exclusivamente café de Comercio Justo en sus dependencias.
- Merece la pena destacar la Resolución A3-0373/93 sobre un comercio justo y solidario entre el Norte y el Sur (DOCE C44/119, 19 de enero de 1994)
- El año 1996 el **Comité Económico y Social de la Unión Europea** apoya la creación de un sello de Comercio Justo en el documento "Movimiento a favor de una marca de Comercio Justo europea" (CES 538/96).
- El *Informe Fassa* del **Parlamento Europeo** en Comercio Justo envía a la Comisión una serie de propuestas para apoyar al Comercio Justo en el año 1998.
- También en el año 1998 se adoptó la Resolución en Comercio Justo por la que el Comercio Justo se considera uno de los medios más efectivos para promover el desarrollo. (DOCE C 280/33)
- En el año 1999 una Comunicación de la **Comisión Europea** al Consejo de Comercio Justo (COMO-1999-619) presenta líneas de acción que la UE puede adoptar para ayudar al desarrollo del Comercio Justo.
- *Acuerdo de Cotonou*: Acuerdo de asociación entre África, Caribe y Pacífico y la Unión Europea en el que se hace especial referencia a la promoción del Comercio Justo.
- En el Plan de Acción de Comercio Sostenible STAP (2003), la Dirección General de Comercio de la **Comisión Europea** prevé la promoción de la inclusión de criterios de Comercio Justo y Sostenible en la compra pública de la UE.

- El **Parlamento Europeo** adopta en junio de 2006 la Resolución sobre comercio justo y desarrollo (A6-0207/2006) para promover el Comercio Justo. Hace hincapié en la importancia de incrementar el apoyo público a este sector, con un importante crecimiento en Europa, donde representa casi el 70 % de las ventas mundiales. La resolución hace también un llamamiento a la **Comisión Europea** para que presente una recomendación sobre esta materia.

### A nivel Estatal

En España, el apoyo político al Comercio Justo surge en diferentes ámbitos de actuación de las administraciones públicas. Por un lado, en la normativa y legislación referentes a la cooperación internacional y la ayuda al desarrollo o en Propositiones No de Ley; y por otra en la normativa y programas del ámbito de la sostenibilidad.

El apoyo al Comercio Justo empieza en 1996 con la aprobación de varias Propositiones No de Ley por la Comisión de Cooperación y Ayuda al Desarrollo sobre el Comercio Justo y solidario:

- Proposición No de Ley del **Congreso de los Diputados** sobre el reconocimiento y el apoyo al comercio justo y solidario del 18 de Septiembre de 1996.
- **Ley 23/1998**, de 7 de Julio, de **Cooperación Internacional al Desarrollo**, que reconoce el Comercio Justo como una herramienta de cooperación en el ámbito de la Educación señalando expresamente el apoyo a las iniciativas a favor de un Comercio Justo y un consumo responsable.
- Proposición No de Ley sobre el fomento del Comercio Justo y el consumo responsable, de 11 de diciembre de 2007.
- En el **Plan Director 2005-2008** de la **Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo** –AECID- el Gobierno contempla el apoyo a las cooperativas de Comercio Justo, continuando con su respaldo a este movimiento en el nuevo **Plan Director de la Cooperación Española 2009- 2012**.

### A nivel Autonómico y Local

Actualmente está produciéndose, a raíz de la concienciación de los gobiernos regionales y locales con el desarrollo sostenible, un gran impulso desde las instituciones públicas al Comercio Justo.

A nivel autonómico son varias las Comunidades que reconocen en sus leyes de cooperación el Comercio Justo: Aragón, Cataluña, Extremadura, La Rioja, Madrid, Navarra.

El Comercio Justo ha tenido un reconocimiento parlamentario con Propositiones No De Ley y Resoluciones en varias Comunidades como Madrid, Andalucía, Cataluña, Galicia, Navarra, País Vasco; así como con Resoluciones de apoyo al Comercio Justo de varios municipios.

En Madrid cabe reseñar la Proposición No de Ley 19/96, aprobada por el **Pleno de la Asamblea de Madrid**, el 19 de junio de 1996, sobre Comercio Justo y solidario.

En ella se insta al Consejo de Gobierno para que integre el comercio justo y solidario en el marco de su política de cooperación para el desarrollo, elaborando un plan específico para este tipo de productos y sustituyendo consumos del comercio tradicional por los de procedencia del comercio justo y solidario; instando, asimismo, al Gobierno de España a que ponga en marcha las recomendaciones contempladas en la Resolución sobre Comercio Justo y Solidario del Parlamento Europeo de 19.01.94

Por su parte, el **Ayuntamiento de Madrid** aprobó en su Pleno de 30.5.2008, una iniciativa instando a su Junta de Gobierno a iniciar las actuaciones necesarias para conseguir y mantener en el tiempo la acreditación de Madrid como Ciudad por el Comercio Justo<sup>40</sup>. Estas actuaciones ya se han iniciado con diferentes actividades, como la *Jornada de Consumo Sostenible: Madrid por el Comercio Justo* organizada en diciembre de 2008 con el objetivo de “promover el comercio responsable entre los comerciantes de Madrid e informar y difundir este tipo de consumo a través de las organizaciones de consumidores”.

En la Comunidad de Madrid, otros dos ayuntamientos han iniciado también acciones en este sentido: **San Sebastián de los Reyes** (Declaración Institucional en favor del Comercio Justo del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes, 19 de junio de 2008), y **Fuenlabrada** (Moción en favor del Comercio Justo del Ayuntamiento de Fuenlabrada, del 6 de noviembre de 2008).

<sup>40</sup> Ciudades por el Comercio Justo, IDEAS, [www.ciudadajusta.org](http://www.ciudadajusta.org)

# conclusiones

## Conclusiones

Una vez vistas diferentes posibilidades y experiencias de introducción del Comercio Justo, así como de otros productos con garantías sociales y éticas, sería importante destacar las condiciones idóneas que deben darse para lograr el éxito de la iniciativa, según nuestra experiencia.

Para empezar, es importante que exista la voluntad política y el compromiso por parte de la institución, para permitir una mayor continuidad en el tiempo al margen de los cambios internos que puedan darse. Por otra parte, es importante que dentro de la entidad se designe a una persona responsable que pueda coordinar la experiencia y estar en contacto con todos los actores implicados.

Al mismo tiempo, consideramos muy conveniente centralizar y regular con pliegos favorables al Comercio Justo los servicios externos de cafetería, *vending* y restauración. La institución ha de introducir entonces cláusulas en los concursos que regulan las contrataciones para la gestión de estos servicios.

En el caso de los servicios de máquinas de *vending*, cuando son regulados y gestionados de manera centralizada, los criterios de Comercio Justo se han de incorporar en los procedimientos para los contratos públicos. Como veremos, es en estos casos en los que la introducción de productos de Comercio Justo en una institución, tiene más éxito.

También las empresas adjudicatarias habrían de estar familiarizadas o tener cierta predisposición al trato con productos de Comercio Justo, así como con criterios de responsabilidad ética, social y ambiental.

En el caso de las máquinas automáticas, además de llevar el control sobre las máquinas y consumos, proponemos una serie de acciones de sensibilización como una acción paralela al propio consumo.

## BIBLIOGRAFÍA:

- El Comercio Justo en España 2008. Canales de importación y distribución. SETEM/Icaria Editorial, enero 2009
- El Comercio Justo en España 2006. SETEM/Icaria Editorial, julio 2006
- El Comercio Justo en la Comunidad de Madrid 2006. SETEM Madrid, noviembre 2006
- Guía para la Contratación Pública Sostenible. Incorporación de criterios sociales. Foro de Consumo de Navarra/IDEAS, 2008
- Ayuntamiento de Barcelona - ICLEI, 2005. La ambientalización de eventos.

## MÁS INFORMACIÓN EN:

[www.setem.org/madrid](http://www.setem.org/madrid)  
[www.buencafe.org](http://www.buencafe.org)  
[www.inversionpublicaetica.org](http://www.inversionpublicaetica.org)  
[www.comrapublicaresponsable.org](http://www.comrapublicaresponsable.org)

### Programa 'El Buen Café es Bueno para Todos/as' de promoción del Comercio Justo

SETEM  
Gaztambide 50  
28015 Madrid  
Tfno. (+34) 91 549 91 28  
Fax. (+34) 91 549 95 72

[madrid@setem.org](mailto:madrid@setem.org)  
[www.setem.org/madrid](http://www.setem.org/madrid)

## ¿Cuál es el propósito de esta guía?

Ser una herramienta práctica para las instituciones que quieran incorporar productos de Comercio Justo a sus compras.

Con este fin se incluye:

- Una presentación del Comercio Justo
- Información sobre cómo incorporar el Comercio Justo en los concursos y compras públicas
- Algunas experiencias de introducción de café y otros productos de Comercio Justo ya realizadas



Fotos David Quintas y SETEM

# Setem

con el apoyo de:

