

CJ

CADERNO DE COMERCIO XUSTO

Número 1 | Maio 2012

DÍA MUNDIAL DO
COMERCIO
XUSTO

PARA GOZAR
DUN BO CAFÉ
NON FAI FALTA QUE
ACABE MOÍDO
NINGUÉN



COORDINADORA ESTATAL DE
COMERCIO JUSTO

Edición: Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (www.comerciojusto.org)

Redacción: Gonzalo Donaire

Fotografías: Coordinadora Estatal de Comercio Xusto, Pablo Cambert

Maquetación: Advantia Comunicación Gráfica

Impresión: Advantia Comunicación Gráfica

Madrid, maio de 2012



Esta obra está protexida baixo Licenza Creative Commons Recoñecemento-NonComercial-Compartirlgual 3.0 Unported (CC BY-NC-SA 3.0).

Para ver unha copia de esta licenza, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Este caderno, así como a campaña na que se integra, forman parte dun proxecto financiado pola Axencia Española de Cooperación Internacional para o Desenvolvemento (AECID). O contido desta publicación e responsabilidade exclusiva dos seus autores e autoras e non reflicte necesariamente a opinión da AECID.



Nota sobre a linguaxe inclusiva:

Nestas instrucións, como en todos os materiais elaborados ou utilizados pola Coordinadora Estatal de Comercio Xusto, préstase especial atención á utilización dunha linguaxe inclusiva e un enfoque transversal de xénero. Polo xeral, e na medida do posible, altérnase entre o masculino e o feminino (exemplo: "as e os produtores") ou utilízanse termos lingüísticamente neutros ("persoas", "cidadanía"). Excepcionalmente, cando por motivos de redacción e/ou comunicativos estes recursos resultan menos evidentes, se utiliza o masculino plural lingüístico no mesmo sentido inclusivo, e non referido tan só ao xénero masculino.

Índice

	INTRODUCCIÓN	2
1	O CAFÉ E O COMERCIO XUSTO: unha combinación necesaria	3
2	O CAFÉ: un produto cotián na perspectiva mundial	8
3	O QUE TI PODES FACER	14
4	VÍNCULOS DE INTERESE para ampliar a información sobre o Comercio Xusto e a campaña	16

Introdución

O Comercio Xusto

“O Comercio Xusto é un sistema comercial baseado no diálogo, a transparencia e o respecto, que procura unha maior igualdade no comercio internacional prestando atención a criterios sociais e ambientais. Contribúe ao desenvolvemento ofrecendo e asegurando os dereitos dos produtores/as e traballadores/as desfavorecidos, especialmente do Sur.”

Definición da Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO)

Na actualidade, máis de 1,5 millóns de produtores e produtoras participan na elaboración de alimentos, artesanías e outros produtos de Comercio Xusto, o que beneficia indirectamente a 5 millóns de persoas en máis de 50 países do Sur.

A Coordinadora Estatal de Comercio Xusto (coñecida polas siglas CECJ)

É a plataforma que xunta 30 entidades organizadas polo Comercio Xusto que realizan tarefas de importación, venda final e/ou sensibilización do Estado español. O seu traballo céntrase en potenciar este sistema comercial alternativo e solidario e dar servizos ás entidades que forman parte da mesma. A CECJ forma parte da Organización Mundial do Comercio Xusto (coñecido polas súas siglas en inglés: WFTO).

A finalidade da CECJ é transformar a realidade social e as regras do comercio internacional a través da incidencia nas políticas públicas, a sensibilización e mobilización da sociedade e o fortalecemento do sector do Comercio Xusto.

A nosa campaña

A CECJ ten en marcha unha campaña informativa co lema que titula este informe e se inspira na celebración do día internacional do Comercio Xusto: “Para gozar dun bo café non fai falta que acabe moído ninguén”.

A campaña está composta polos seguintes materiais:

- Anuncio (30 segundos)
- Anuncio de radio (20 segundos)
- Anuncios para prensa
- Barra de anuncio para páxinas web
- Sinatura de correo electrónico
- Cartel para mobiliario urbano

Foron elaborados nos 4 idiomas oficiais e pódense descargar dende a páxina: www.comerciojusto.org/campanas-justo-lo-que-necesitamos

O noso obxectivo é **pór en releve a importancia de consumir produtos nos que se garantan os dereitos non só dos consumidores senón tamén das persoas que os elaboran**, xa que logo, o Comercio Xusto asegura que reciban un salario digno e que traballen nunhas condicións laborais axeitadas. Noutras palabras: que non acabe moído ninguén.

1. O café e o Comercio Xusto: unha combinación necesaria

O café é o exemplo e fío condutor de esta campaña, así como o documento que tes agora entre mans. A elección non foi gratuíta nin aleatoria: hoxe en día o café é un produto de consumo masivo e cotián. É máis, é o segundo produto de primario legal de maior comercialización no mercado mundial, superado unicamente polo petróleo. Cada ano, consúmense aproximadamente uns 600.000 millóns de cuncas de café no mundo, é dicir uns 1.644 millóns de cuncas por día. Soamente en España, consúmense cada ano case 200 millóns de quilos de café.

Alén diso, o café é o buque insignia do Comercio Xusto, o produto máis vendido e máis coñecido deste movemento de economía social e solidaria. No ano 2010, as vendas de café de Comercio Xusto en España facturaron un total de 11 millóns de euros e representaron a metade das vendas totais de produtos de Comercio Xusto. Deste xeito, o café é un embaixador privilexiado ante as e os consumidores, cada vez máis preocupados polo impacto das súas compras e as consecuencias das inxustas regras que caracterizan o comercio internacional, e comprometidos cos principios e prácticas que defende o Comercio Xusto.

O mercado do café move cantidades astronómicas en todo o mundo, ben por número de cultivos e volume das colleitas, polos ingresos por comercialización, os impactos sobre os distintos actores implicados, a poboación empregada e o consumo final. Un mercado globalizado e desregulado caracterizado por unha competencia salvaxe, social e ambientalmente insustentábel, sometida á especulación e volatilidade duns prezos de orixe que apenas representan unha ínfima parte do prezo que se paga por unha cunca de café. Un mercado cheo de intermediarios e controlado por unhas poucas firmas transnacionais, onde a voz dos millóns de pequenos produtores orixinais é ignorada sistematicamente.

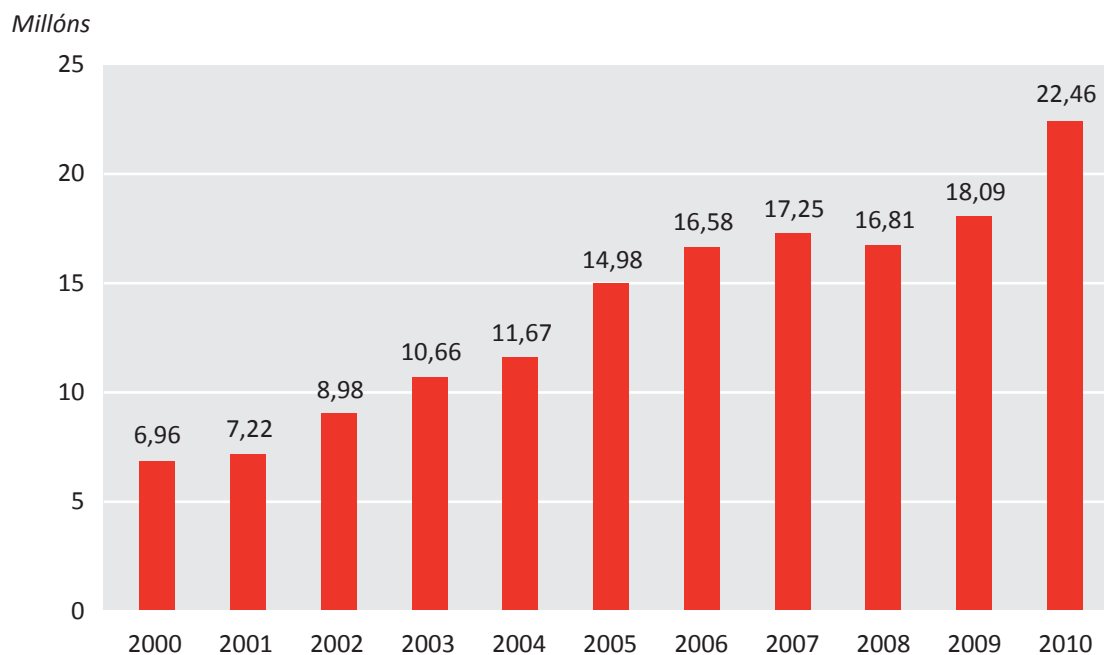
E fronte a isto, o Comercio Xusto preséntase como unha alternativa real, práctica e viable e, como ven a defender e demostrar dende hai case medio século: unha aposta polo cultivo respetuoso cos ciclos da terra e coa biodiversidade; un apoio decidido á dignidade, métodos e capacidades produtivas das e dos agricultores do sur e das súas formas de auto-organización democráticas, unha relación comercial alternativa, xusta, horizontal e estable no tempo, na que todas as voces son escoitadas e se teñen en conta; unhas condicións de traballo e salarios dignos e equitativos para homes e mulleres que combatan a explotación laboral e o traballo infantil e que fomenten o desenvolvemento social das súas comunidades.

Cada ano, consúmense uns 600.000 millóns de cuncas de café en todo o mundo, é dicir uns 1.644 millóns cada día.

Soamente en España, consúmense cada ano casi 200 millóns de quilos de café

Vendas totais de produtos de Comercio Xusto en España

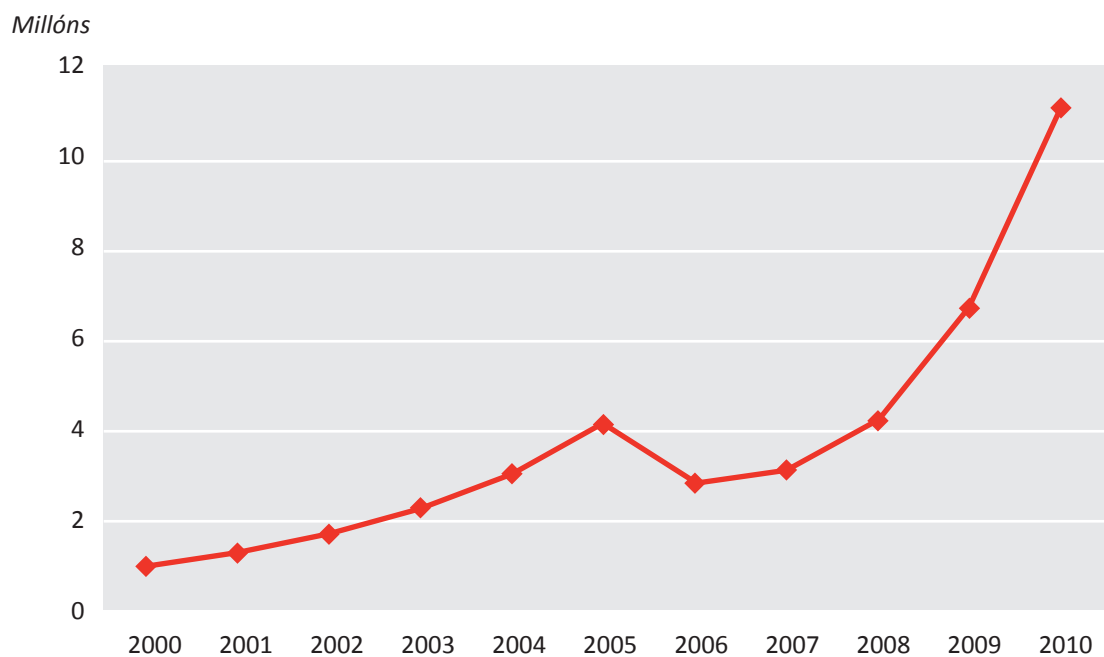
Evolución 2000-2010. Millóns de euros



Fonte: Coordinadora Estatal de Comercio Xusto¹

Vendas de café de Comercio Xusto en España

Evolución 2000-2010. Millóns de euros



Fonte: Coordinadora Estatal de Comercio Xusto²

Nota: Estas cifras son unha estimación aproximada.

¹ Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2007

² Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2007

Este caderno e a campaña da que forma parte buscan amosar as inxustas regras e prácticas que caracterizan hoxe en día o comercio do café, fronte as que o café do Comercio Xusto, e, por extensión, o conxunto deste movemento, xorde como un claro reflexo doutras formas de comerciar e consumir con xustiza, tan posíbeis como necesarias. E un bo xeito de acadar este obxectivo é ver en que se diferencia un café convencional con un de Comercio Xusto nun caso tan concreto e cotián coma unha cunca de café. ¡Le e descobre as diferenzas!

O Comercio Xusto significa...

- Un prezo xusto
- Pago anterior e estabilidade
- Igualdade de xénero
- O control da explotación infantil
- Autonomía, funcionamento democrático e dereitos laborais
- Produción ecolóxica
- Calidade

Prezo xusto

O Comercio Xusto establece un prezo de compra que observa os “custos ocultos” implícitos e as externalidades derivadas da produción, remunera dignamente o traballo e integra criterios de xustiza social, igualdade de xénero, sustentabilidade ambiental e desenvolvemento comunitario (educación, sanidade, infraestruturas, etc.). Ademais, ese prezo non vén imposto dende fóra, senón que se negocia entre as distintas partes implicadas a partires dunha análise integrada de custos reais que teña en conta o prezo internacional de referencia.

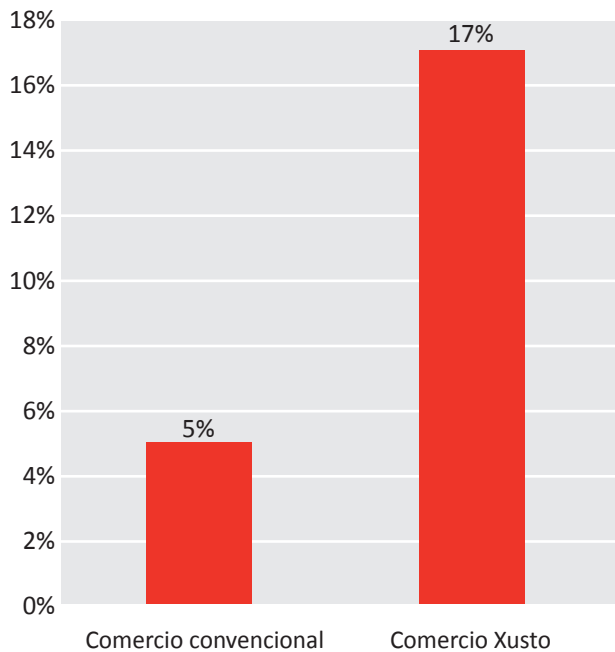
O Comercio Xusto asegura ás e aos produtores un prezo mínimo de compra que garanta estas condicións de vida e traballo dignas, ademais de garantir que se observen os principios que propugna. Esta práctica é especialmente importante nos períodos nos que o prezo de referencia do mercado cae e descende mesmo por baixo dos custos de produción e subsistencia, o que obriga a moitas familias a debaterse entre a fame e ou a débeda. Hai unha década, durante os anos da “crise do café”, o Comercio Xusto

paga un prezo mínimo moi superior ao do mercado, converténdose nun refuxio e alternativa contra o empobrecemento.

Cando o prezo do mercado supera o mínimo garantido polo Comercio Xusto, esta cláusula queda anulada e se respecta o de referencia. Mesmo así, o Comercio Xusto aplica xeralmente unha “prima de desenvolvemento” que complementa ese prezo cando se considera que non cobre os custos reais dun traballo digno nin os criterios compartidos.

Significa isto que se incrementa o prezo final dos produtos de Comercio Xusto? Non ten por que. O que aumenta é a marxe de ese prezo final que repercute nas e nos produtores, moi superior á porcentaxe que reciben os que venden o café no mercado convencional. Ademais, a redución do número de intermediarios e custos de publicidade, e a renuncia do resto de actores a obter marxes de beneficio desorbitadas permite compensar este prezo algo maior que se paga na orixe. Un prezo que non é máis alto para o que o consume, senón máis digno para o produtor de orixe. Un prezo que garante que ninguén acabou moído para que nós gocemos dun bo café.

Que porcentaxe do prezo de venda final do café reciben as e os produtores?



Fonte: elaboración propia a partir de datos da Plataforma Francesa de Comercio Xusto³

³ Plate-Forme pour le Commerce Equitable, 2007

Pago anterior e estabilidade

O Comercio Xusto adianta parte do pago (ás veces máis da metade do prezo final decidido) mesmo antes de comezar a colleita, o que permite aos e ás produtores financiar os investimentos que requiran (novas sementes, repor materiais, etc.) sen ter que usar as canles de crédito habituais, polo xeral pechadas ou con condicións abusivas.

As importadoras do Comercio Xusto establecen cos produtores de café compromisos de compra futura do gran, así coma a permanencia desta relación comercial por varios exercicios. Cantidades e prezos quedan, polo tanto, fixados con anterioridade.

Un prezo xusto, estábel, con financiamento anterior e estabilidade no tempo son características fundamentais do Comercio Xusto totalmente contrarias á especulación, volatilidade e inestabilidade tan habituais no mercado globalizado e das inxustas regras que rexen o comercio internacional.

Igualdade de xénero

Como na maioría das relacións ligadas coa terra, as mulleres adoitan ocuparse de case todas as tarefas de mantemento das parcelas familiares e colleita de café. Porén, a súa participación nas decisións produtivas e ingresos derivados destas tarefas son moi inferiores ás dos homes. Estes son tan só algúns exemplos da súa condición subalterna estrutural: en todo o mundo, as mulleres son propietarias tan só do 1% das terras e representan o 70% das persoas baixo o límite da pobreza.

O Comercio Xusto é consciente desta dobre discriminación que sofren as agricultoras e produtoras nos países empobrecidos. Por iso, dende os inicios fixo da perspectiva de xénero un enfoque indisoluble da súa loita por un mundo máis xusto. Algunhas canles habituais para isto son o impulso de asociacións de mulleres produtoras, proxectos de reparto do poder e capacitación, liñas de crédito específicas e a equiparación de soldos por traballos similares, etc.

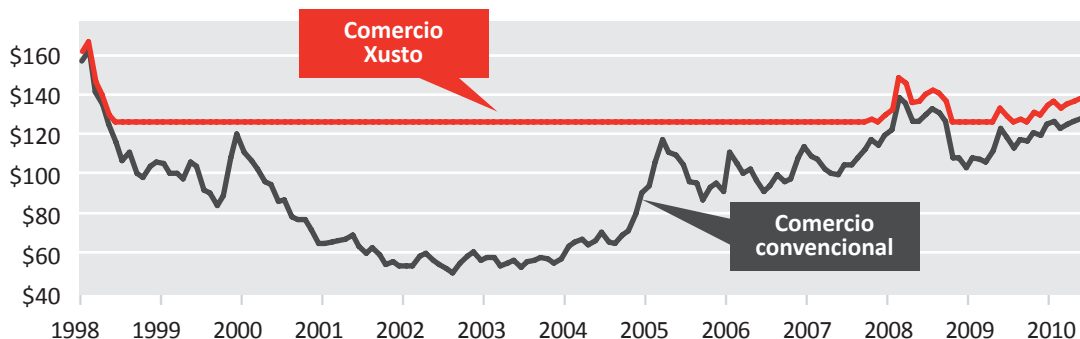
Contra a explotación infantil

Segundo a Organización Internacional do Traballo, dos 350 millóns de nenos, nenas e adolescentes que traballan en todo o mundo, o 70% sofre algún modo de explotación laboral. A colleita de café é un dos traballos nos que adoitan ser empregados, así como a elaboración de moitos outros artigos e bens que adoitamos consumir a diario. Estímase que a man de obra infantil representa un 10% do traballo empregado nas plantacións de café para o mercado mundial. Durante a tempada alta das colleitas (recolección) é cando se recorre máis á man de obra infantil e se aumenta a dureza das condicións de traballo ás que son sometidos os e as menores (peor ou nula remuneración, peores traballos, xornadas de até 12 horas...)⁴.

O Comercio Xusto loita contra todo tipo de explotación, especialmente a infantil. Un dos requisitos irrenunciabiles para unha organización e os seus produtos seren considerados de Comercio Xusto é que ningún menor que participe na elaboración sufra algunha das prácticas tipificadas internacionalmente como explotación económica, realice traballos perigosos, vexa a súa educación afectada ou dane a súa saúde ou desenvolvemento físico, mental ou social. Ademais de excluír estas prácti-

Prezo do café Arábica na bolsa de Nova Iorque

Evolución 1998-2010. USD/quintal



Fonte: Intermón Oxfam

O prezo mínimo: unha garantía de estabilidade contra a caída dos prezos
A prima de desenvolvemento: un complemento xusto ao prezo do mercado

⁴ IDEAS, 12/2004

cas, o Comercio Xusto apoia o desenvolvemento económico e social das comunidades produtoras, impulsando proxectos educativos e de escolarización e asegurando uns ingresos dignos, rompendo así moitos dos círculos viciosos que polo xeral adoitan estar detrás do uso da man de obra infantil.

Consumindo produtos de Comercio Xusto non só garanten que non houbo ningún modo de explotación infantil, senón tamén que apoias unhas condicións de vida dignas para millóns de pequenos produtores e unha infancia decente para os membros máis novos das súas comunidades.

Autonomía, funcionamento democrático e dereitos laborais

O recoñecemento das capacidades produtivas das e dos campesiños do sur, o respecto polas súas propias prácticas de cultivo e o apoio ás formas de auto-organización democrática das unidades de produción son principios fundamentais do Comercio Xusto. No caso das pequenas unidades produtivas, moitas de carácter familiar, isto acaba traducíndose no pulo de formas de asociación cooperativas; mais nas grandes plantacións nas que as e os agricultores manteñen unha relación salarial, o Comercio Xusto avoga pola defensa dos dereitos fundamentais das persoas traballadoras: libre asociación e organización sindical, saúde ocupacional, capacitación básica, etc.

Produción ecolóxica

O café é un dos produtos agrícolas no que se empregan máis pesticidas durante o seu cultivo, moitos deles especialmente tóxicos para a saúde humana e ambiental. O café do Comercio Xusto, porén, non usa produtos químicos sintéticos nin transxénicos, respetando os ciclos da terra e a sustentabilidade do contorno. Ademais dos beneficios que isto leva consigo para o medio ambiente, unha produción máis ecolóxica e respetuosa coa natureza reduce enormemente os riscos derivados do uso de produtos químicos agresivos aos que adoitan estar expostas as persoas que traballan nas plantacións de café: intoxicacións, queimaduras, enfermidades, pulmonares e da pel, riscos de padecer cancro, etc.

Excluír pesticidas e outros produtos químicos agresivos leva consigo unha maior dedicación ao campo, tanto en tempo coma en esforzo así como recorrer a ferramen-

Estímase que a man de obra infantil representa un 10% do traballo empregado nas plantacións de café para o mercado mundial

tas adicionais. Se ben isto implica a necesidade de máis man de obra, o que crea emprego, tamén encarece o cultivo e a colleita do café e, polo tanto, pode repercutir no prezo final. Mais cando atopamos un paquete de café de Comercio Xusto de produción ecolóxica, en vez de pensar en que o seu prezo supera lixeiramente o prezo medio do mercado, preguntémonos: E o prezo que estamos a pagar social e ambientalmente por eses outros prezos máis baixos? A que outro modelo de produción e comercio máis xusto e sustentábel podemos contribuír pagando o seu prezo xusto?

Calidade

Coma o resto dos produtos, o café de Comercio Xusto ten unha calidade media superior á do mercado. Ademais, en moitos casos os cafés de Comercio Xusto contan con certificacións complementarias que avalan o seu carácter ecolóxico.

É igual de inexacto comparar o café de Comercio Xusto cun café *gourmet* que facelo cun de gama baixa. No primeiro caso, o elevado prezo é xustificado en grande medida pola imaxe da marca ou o prestixio que asociamos ao produto, normalmente a partires da publicidade; no segundo, o baixo prezo obtense sacrificando a calidade e as condicións mínimas de produción. Se estamos dispostos a pagar sumas desorbitadas por unha marca que apela a valores engadidos superfluos, non estamos dispostos a pagar un prezo xusto e razoable por unha garantía de calidade e respecto pola xustiza social e a sustentabilidade do Planeta valorando así o meirande custe que esta garantía implica?

2. O café: un produto cotián na perspectiva mundial

Características principais

De onde vén o café? Que hai tras cada cunca que tomamos? Vaíamos de volta polo camiño que fai o café antes de chegar ás nosas mans como bebida fume-gante. Viaxemos ás orixes do café.

O café (*Coffea*), pertencente á familia botánica *Rubiaceae*, é unha planta tropical que crece entre os 25° de latitude norte e os 25° de latitude sur. Para o seu cultivo comercial precisa dunhas condicións ambientais moi concretas en termos de temperatura, choiva, sol, vento e chan, sempre en función da variedade que se cultive.⁵

Dende o punto de vista económico, as dúas especies máis importantes son:

- o café Arábica (*Coffea arabica*), responsable de máis do 60% da produción mundial e cultivado en toda Latinoamérica, África Central e Oriental, India e en menor medida na Indonesia; e...
- o café Robusta (*Coffea canephora*), que se cultiva en África Central e Occidental, no Sudeste asiático e en menor proporción no Brasil.

Produción, comercio e consumo

A colleita de café de 2011 superou os 132 millóns de sacos (normalmente, de 60 quilos cada un), o que supón case 8.000 millóns de quilos en todo o mundo. Quen pode imaxinar 8 millóns de toneladas de café xuntas? Para que nos fagamos unha idea aproximada: Pesan máis que 25 rañaceos de 100 pisos!

O café é cultivado en máis de 70 países distintos. Os principais produtores son o Brasil (33% da produción mundial), Vietnam (14%), Etiopía (7%), Indonesia (6%) e Colombia (6%). Aproximadamente o 70% da produción mundial de café é destinada á exportación. O Brasil e Vietnam xuntos son agora mesmo a orixe da metade de exportacións de café do mundo. A Unión Europea (66%) e os EEUU (23%) son os principais importadores. Porén, en moitas ocasións este café importado é reexportado a outras rexións.

Se prestamos atención ao seu consumo final real, observamos que o 30% da produción queda nos países de orixe, ou o que é o mesmo, non se exporta ao mercado internacional. Ademais do grande produtor, Brasil é tamén o segundo consumidor mundial: consume un 14% do café que é producido no mundo, superado tan só polos EEUU (16%).

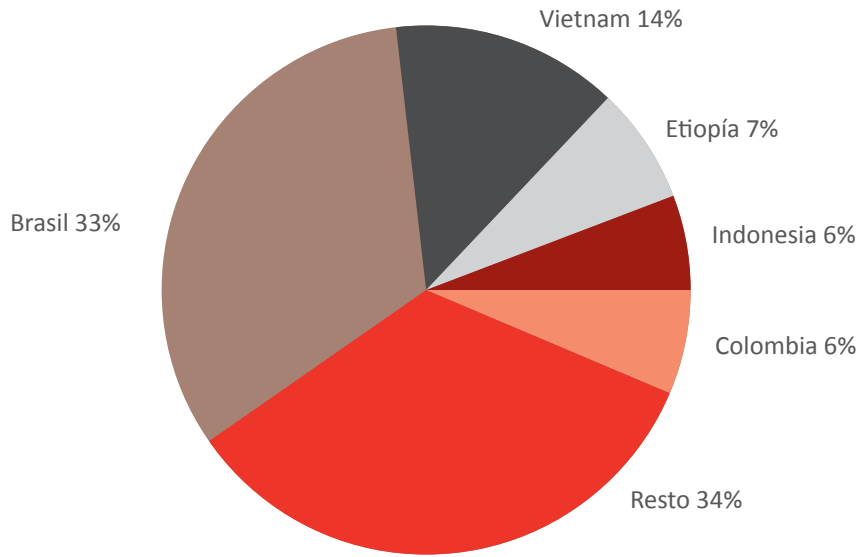
A Unión Europea consume o 30,4% do café producido no mundo. É dicir, menos da metade do que importa, polo que xoga un papel destacado coma intermediario (polo xeral, importando café en gran e exportándoo procesado e empacitado, extraendo así o máis do seu valor engadido). Entre os seus estados membros, as 5 grandes economías son tamén os principais consumidores: Alemaña (6,9%), Francia (4,4%), Italia (4,3%), España (2,4%) e Reino Unido (2,3%). Outros grandes consumidores son Xapón (5,3%), Rusia (2,7%) ou Canadá (2,7%).

E máis aló das cantidades totais, as cifras de consumo por habitante amosan que os máis afeccionados ao café son as e os finlandeses (consumen 12 quilos por persoa ao ano), seguidos dos noruegueses (9,9) e os islandeses (9).

⁵ A maioría da información e cifras deste apartado veñen da Organización Internacional do Café

Principais países produtores de café

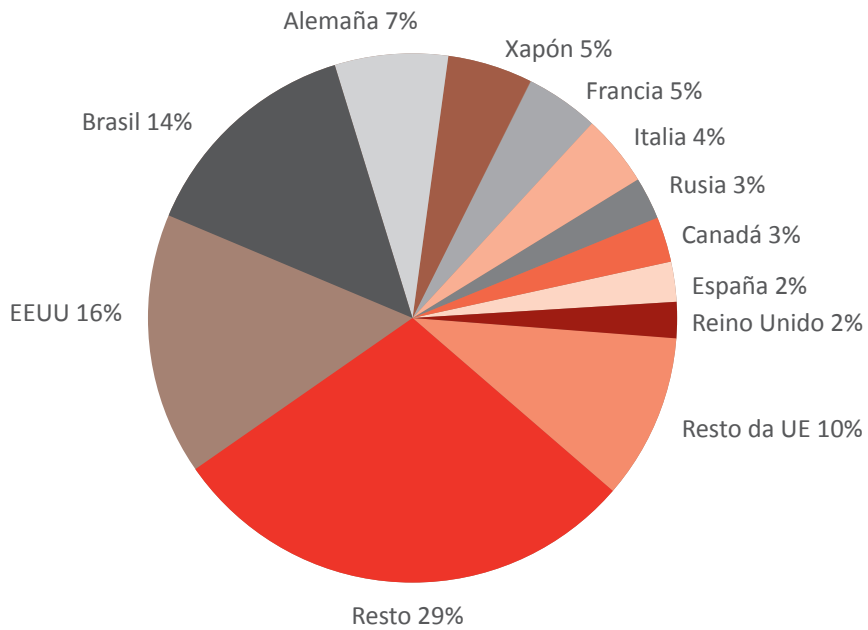
2011. % sobre o volume total



Fonte: elaboración propia a partir de datos da Organización Internacional do Café

Principais países consumidores de café

2011. % sobre o volume total



Fonte: elaboración propia a partir de datos de la Organización Internacional do Café

Comercio e consumo de café en España

De media, cada habitante consumiu 4,3 quilos no ano 2010, o que nos sitúa no posto 23 do *ranking* mundial⁶. Mais as cifras do comercio español de café son en grande medida representativas do papel que xogan moitos países do norte neste mercado internacional. Vexamos o como e o por que.

Ese ano, España importou 300 millóns de quilos de café, dos que exportou algo máis de 100 millóns. Ademais de representar máis dun tercio do total, ese papel de “intermediario” agocha outros “valores engadidos”: mentres que a práctica totalidade (89%) do café importado chegou coma gran verde, tan só se exportou deste xeito o 24%, sendo predominante a venda ao exterior do café soluble (69% do total exportado). De este xeito, impórtase unha materia prima a un prezo baixo para, unha vez manufacturada (torrada, empacuetada, etc.), reexportala coma produto elaborado a prezos máis elevados. A maior parte do valor engadido queda no país intermediario e no que realiza a venda final, mentres que os países produtores tan só reciben unha pequena marxe do prezo final que é pagado polo café cultivado. Máis un exemplo concreto dun sistema comercial e dunhas relacións comerciais inxustas e desequilibradas.

A meirande parte do valor engadido queda no país intermediario e no que se realiza a venda final, mentres que os países produtores tan só reciben unha pequena marxe do prezo final que se paga por café cultivado

Consumo de café por habitante

Quilos por persoa ao ano

	País	Kg/habitante
1	Finlandia	12,0
2	Noruega	9,9
3	Islandia	9,0
4	Dinamarca	8,7
5	Holanda	8,4
6	Suecia	8,2
7	Suíza	7,9
8	Bélxica e Luxemburgo	6,8
9	Bosnia-Hercegovina	6,2
10	Austria	6,1
11	Italia	5,9
12	Eslovenia	5,8
13	Brasil	5,8
14	Canadá	5,7
15	Alemaña	5,5

Fonte: elaboración propia a partir de datos do World Resource Institute

Nota: os datos son do 2008 excepto o do Brasil (2009) e os de Islandia e Canadá (2006)

⁶ Organización Internacional do Café

Uns 125 millóns de personas viven do café en todo o mundo

Modos de produción, traballo e distribución

A produción de café emprega directamente a 25 millóns de persoas en todo o mundo, a maioría campesiños e empresas familiares, procedentes todos de zonas tropicais ou subtropicais dos países empobrecidos da periferia. Sumando todas as labores relacionadas directa e indirectamente co cultivo, manipulación e comercialización, ademais das persoas a cargo destas e destes traballadores (familiares, etc.), esta cifra multiplícase: uns de 125 millóns de persoas viven do café. O 70% da produción mundial ten lugar en campos de menos de 10 hectáreas, dos que a maioría teñen de 1 a 5 hectáreas.

Ademais dos grandes países produtores, existen outros con volumes totais de colleita máis pequenos pero cuns niveles relativos de dependencia moito maiores: na rexión africana dos Grandes Lagos, por exemplo, as economías de Ruanda, Uganda ou Burundi dependen ata nun 80% da exportación de café ao mercado mundial.

O caso de Uganda é especialmente ilustrativo: o 97% do café ugandés é producido por 500.000 familias campesiñas, en pequenas parcelas, intercalado con outros cultivos para o consumo familiar.⁷

Outro exemplo: a libra (case medio quilo) de café que procede da provincia etíope de Sidamo pode chegar a venderse a 15 euros nos establecementos comerciais do norte, mentres que os 1,2 millóns de pequenos produtores responsábeis da súa colleita reciben menos de 2 euros ao día polo seu traballo, pouco máis do que nos custa unha cunca de café.⁸

Porén, esta dispersión e precariedade das pequenas unidades responsable da etapa de cultivo e colleita contrasta completamente co resto da cadea comercial: cinco grandes empresas transnacionais controlan a maior parte do mercado mundial de café. As dúas principais fan, de feito, o 50% do total⁹. Son estas entidades as que mercan o café verde en gran, mani-

púlano e distribúeno. Ao controlar as etapas intermedias e finais da cadea comercial, obteñen a meirande parte do valor engadido dunha industria que xera 52.000 millóns de euros cada ano, dos que só o 20% queda nos país de orixe e menos dun 10% chega ás e os produtores.¹⁰

Medio quilo de café etíope pode chegar a venderse a 15 euros nos establecementos comerciais do norte, mentres que os pequenos produtores reciben menos de 2 euros ao día polo seu traballo

O prezo do café: outra montaña rusa do mercado mundial

O café é un dos produtos primarios cun prezo máis volátil: durante o mesmo ano pode chegar a sufrir subidas e baixadas de máis do 20% e, ano tras ano, as variacións lembran a unha montaña rusa. Tras caer e recuperarse na década dos 90, entre o ano 1998 e o 2001 o prezo medio (das distintas variedades de café comercializadas) reduciuse drasticamente á metade, como se mantivo durante varios anos (o que se coñeceu como “a crise do café”: o prezo caeu por baixo dos custos de produción, empobrecendo aínda máis aos que o producían) para, a continuación, multiplicarse por máis de catro.

⁷ Intermón Oxfam, 2011

⁸ SODEPAZ, 2008

⁹ Daviron, Benoit e Stefano Ponte, 2005

¹⁰ SODEPAZ, 2008

Mais, foi sempre así de inestábel? Non sempre. Vexamos un pouco de historia: Nun intento por controlar e limitar as fluctuacións intrínsecas dos produtos primarios, os principais países produtores firmaron no ano 1962 o primeiro de varios Acordos Internacionais do Café (AIC). Estes acordos establecían un sistema de cotas de exportación co obxectivo de controlar a oferta internacional de café e, por tanto, manter o seu prezo estábel. Porén, varios fracasos puntuais e a enorme presión desreguladora que proviña dos países enriquecidos, os produtores remataron por romper este sistema en 1989. Dende entón, o prezo do café flutúa de novo segundo a lei da oferta e a demanda, nun mercado cada vez máis desregulado, globalizado e *finanzamentarizado*.

A ruptura e renuncia a unha regulación multilateral do mercado do café non tivo só repercusións sobre o prezo internacional, senón tamén sobre a cantidade e calidade da oferta: como non había un esquema regulador común, a partir de 1990 iniciouse unha competición por aumentar os cultivos e encher o mercado. Un bo exemplo é Vietnam: onde un cultivo practicamente inexistente até a década de 1980, introduciu e deu pulo masivamente a súa produción, coñecendo dende entón un crecemento exponencial que lle levou a situarse na actualidade no segundo posto do mundo, tan só superado por Brasil, quen tampouco quedou atrás. Nas últimas décadas, Brasil aumentou drasticamente a superficie de plantación de café. Esta competición internacional está a provocar terribes efectos adversos: situacións recorrentes de sobreprodución (cada vez son máis comúns as colleitas que exceden a demanda e consumo reais, o que fai presión para que os prezos baixen), a caída da calidade media do produto e expansión do monocultivo. Así pois, aos custos sobre a soberanía alimentaria, a biodiversidade e o medio teñen que sumarse aos impactos económicos e sociais dun mercado desregulado sometido aos vaivéns da oferta e demanda e onde non todas as variables proveñen da economía real.

Mais, por que varía tanto o prezo do café? Como e quen o fixa? O prezo internacional de referencia do café é fixado nos mercados de futuros. Aínda que existen outros, coma o de Londres, o mercado principal é a bolsa de Nova Iorque. Alí, os corredores de bolsa actúan coma intermediarios entre exportadores e importadores, negociando opcións de compra e venda sobre colleitas futuras, sen ver nin un gran de café.

Se ben é certo que a cotización do café depende en parte de factores ligados ao propio produto (calidade e cantidade das colleitas, pragas, factores externos de tipo climático, etc.), interveñen tamén outras variables en absoluto climáticas ou agrícolas: as reservas de produto por parte das grandes distribuidoras que esperan que os prezos aumenten ou a especulación de fondos de investimento e demais axentes financeiros que com-

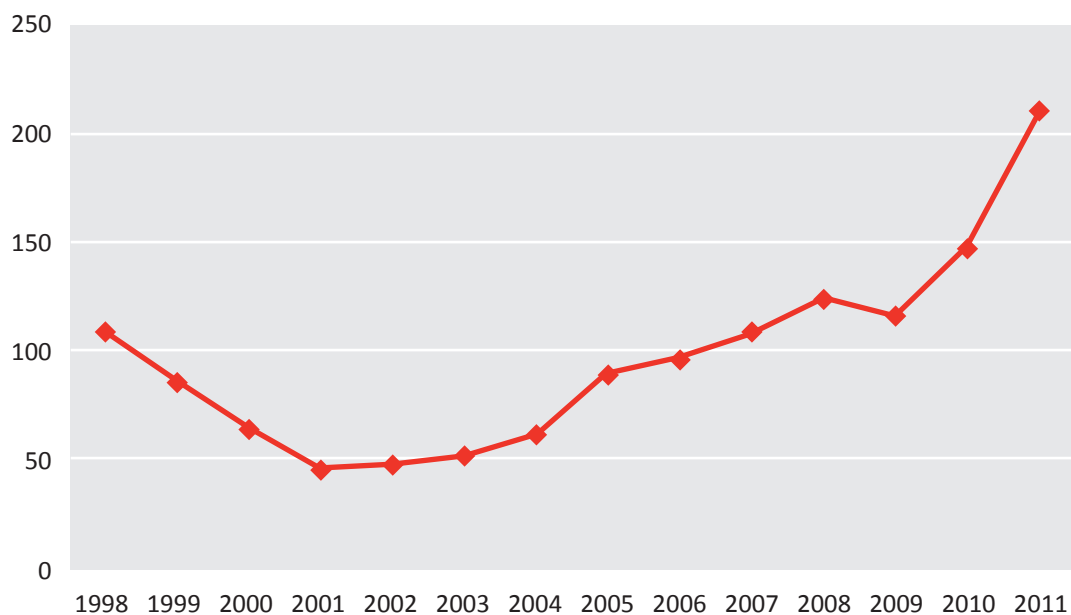
pran e venden colleitas futuras, contribuíndo a unha elevada e inestábel fluctuación dos prezos coa que procuran obter beneficios inxentes, pero que condiciona e pode chegar a pór en perigo a vida e traballo de millóns de agricultores en todo o mundo.

Mais mesmo cando os prezos son elevados, coma na actualidade, o alivio das e dos produtores é só puntual: estas variacións no prezo do café xera dúbidas e unha inseguridade que imposibilita calquera previsión que vaia máis aló do curto prazo no que se move o mercado internacional. Uns prezos e unha demanda que se moven moito máis rápido que as posibilidades reais que teñen os agricultores de aumentar as colleitas ou diversificar os cultivos. E por se non fose dabondo, as políticas librecambistas de fomento das exportacións aumentaron o grande de especialización destes produtores, deixando de lado pouco a pouco os cultivos e actividades económicas complementarias. Como a maioría dos ingresos proveñen dunha única fonte, o impacto e efectos de calquera mínima variación no prezo que se obtén pola súa venda aumenta, así como a dependencia destes mecanismos de mercado nos que a capacidade de incidencia dos produtores é nula.

A especulación financeira sobre as colleitas futuras condiciona a vida de millóns de labregos e labregas nos países do Sur

Prezo internacional do café. Evolución intre-anual 1998-2011

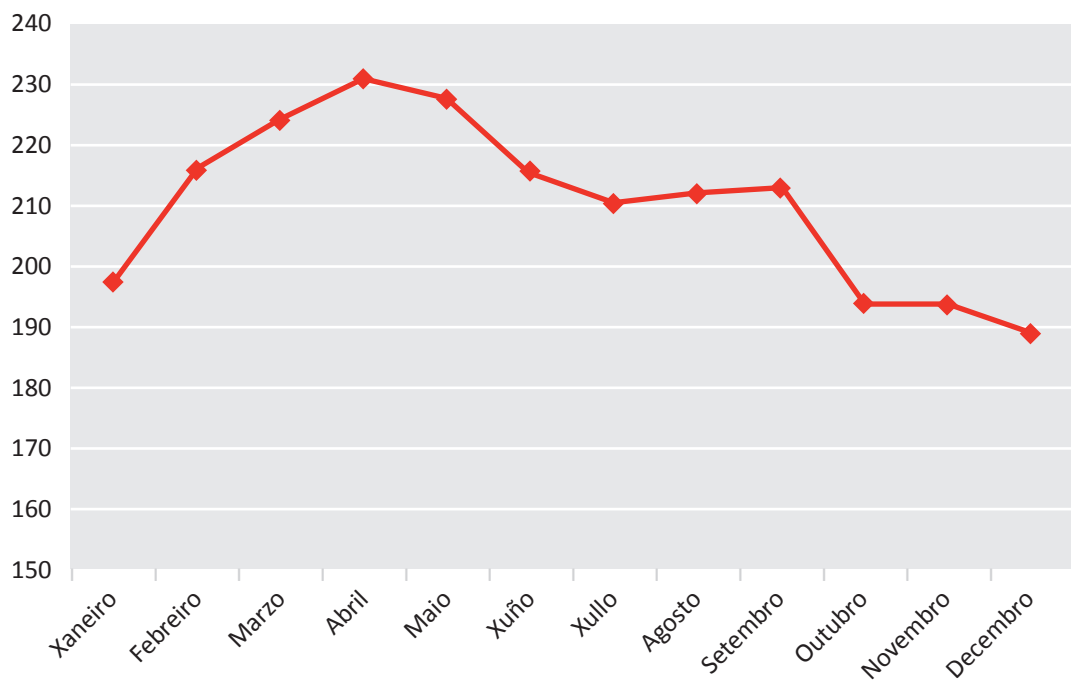
Índice composto das principais variedades comercializadas e dos principais mercados de referencia
Céntimos de USD/libra



Fonte: elaboración propia a partir dos datos da Organización Internacional do Café

Prezo internacional do café. Evolución intre-mensual 2011

Índice composto das principais variedades comercializadas e dos principais mercados de referencia
Céntimos de USD/libra



Fonte: elaboración propia a partir dos datos da Organización Internacional do Café

3. Que é o que podes facer ti?

Aínda que en aumento dende vai anos, as vendas de café de Comercio Xusto en España seguen a ser aínda moi baixas con respecto á maioría dos países do noso entorno: o consumidor medio español gasta 48 céntimos de euro ao ano en produtos de Comercio Xusto mentres que na Unión Europea, esta cifra é multiplicada por dez e nalgúns países é aínda maior. Sen dúbida, factores coma a menor implantación do Comercio Xusto no noso país, a súa entrada tardía (a finais da década dos 1980, con case vinte anos de tardanza con respecto a outros países europeos) e o amplo descoñecemento por parte da sociedade española desta alternativa de consumo explican en parte estas

cifras tan baixas. Mais estas mesmas razóns convidan a pensar que a tendencia crecente rexistrada durante a última década vaise manter nos vindeiros anos, profundizando nesta converxencia cos niveis de consumo dos produtos de Comercio Xusto dos países da nosa contorna económica.

Que o Comercio Xusto siga a crecer e se consolide como unha alternativa real presente no día a día depende en grande medida de todos nós. Son moitas as accións que ti podes levar a cabo para que o aroma do café do Comercio Xusto se faga notar cada vez en máis cuncas. Velaquí van algunhas propostas:



O Comercio Xusto é xusto o que necesitamos

Coa túa compra emites un voto: apostas por unhas formas de produción, comercialización e consumo e rexeitas outras. Consume con responsabilidade: é xusto o que necesitamos.

comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo



Infórmate sobre o impacto do teu consumo

Procura a “Cara B” do que mercas, mira máis aló da etiqueta. Pregúntate quen e como o produciu.

comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales



Difunde o Comercio Xusto

entre os teus amigos, familiares e achegados. Invítalles a gozar dunha boa taza de café cultivado e torrado con xustiza. Failles partícipes do teu consumo responsable.



Visita as tendas de comercio xusto e infórmate sobre este movemento de economía solidaria

comerciojusto.org/tiendas



Sé un axente do Comercio Xusto!

Non restrinxas o teu consumo de café do Comercio Xusto ao teu lar. A cafetería do barrio, centro educativo ou de traballo, as máquinas de café da oficina, a túa tenda habitual... todos poden ser unha canle de venda que contribúa a extender o Comercio Xusto a moita outra xente.



Presiona ás autoridades locais e centros públicos

para que inclúan entre as súas compras e contratacións criterios de xustiza social e sustentabilidade ambiental.



Participa en movilizacións e accións de denuncia das inxustas regras que rexen o actual sistema comercial mundial

Loitemos por que a voz dos e das produtoras sexa dominante e se respecten os seus dereitos e os do Planeta se garantan unhas condicións de vida e traballo dignas para todos e todas.

Por principios, é xusto o que necesitamos

A Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO) establece 10 principios e valores que caracterizan a misión central das organizacións de Comercio Xusto:

- 1. Creación de oportunidades para os produtores con desvantaxes económicas.** O Comercio Xusto é unha estratexia para reducir a pobreza e o desenvolvemento sustentable. O seu obxectivo é crear oportunidades para produtores que foron desfavorecidos economicamente ou marxinados polo comercio convencional.
- 2. Transparencia e responsabilidade.** O Comercio Xusto é transparente na súa xestión e trata con igualdade e respecto aos socios comerciais.
- 3. Prácticas comerciais xustas.** As organizacións de Comercio Xusto manteñen relacións a longo prazo cos pequenos produtores baseadas na solidariedade, a confianza e o respecto mutuos. Se se solicita, é posible facer o pago por adiantado sen esixir xuros.
- 4. Pago dun prezo xusto.** No contexto rexional ou local, un prezo xusto é o que foi acordado mediante o diálogo e a participación que non só cobre os custos de produción, senón que tamén ofrece unha remuneración xusta aos produtores e produtoras e ten en conta o principio de igual salario para homes e mulleres.
- 5. Traballo infantil.** As organizacións de Comercio Xusto respetan a Convención da ONU acerca dos Dereitos do Neno, así como as leis locais para que a participación dos cativos nos procesos de produción (se a houber) non afecte negativamente o seu benestar, seguridade, requisitos educativos e a necesidade de xogar dos pequenos.
- 6. Igualdade de xénero.** O Comercio Xusto implica que o traballo das mulleres está pertinentemente valorado e recompensado, que se lles paga sempre pola súa contribución ao proceso de produción comercio e que se lles dá poder dentro das súas organizacións.
- 7. Condicións de traballo.** O Comercio Xusto asegura un entorno laboral seguro e saudábel para os produtores.
- 8. Facilitar o desenvolvemento das capacidades.** As relacións de Comercio Xusto ofrecen continuidade para que os produtores e as súas organizacións de comercialización poidan mellorar as súas capacidades de xestión e acceso a novos mercados.
- 9. Promover o Comercio Xusto.** As organizacións do Comercio Xusto promoven a sensibilización do Comercio Xusto e a posibilidade dunha maior xustiza no comercio mundial.
- 10. Respeto ao ambiente.** O Comercio Xusto promove activamente mellores prácticas ambientais e a aplicación de métodos responsables de produción.

4. Bibliografía e vínculos de intervéns para ampliar a información acerca do Comercio Xusto e a campaña

Referencias bibliográficas

Coordinadora Estatal de Comercio Xusto. *El Comercio Justo en España 2010. Crisis, impactos y alternativas*. 2011 comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/INFORME-COMPLETO.pdf

Daviron, Benoit e Stefano Ponte. *The Coffee Paradox: Global Markets Commodity Trade, and the Elusive Promise of Development*. Zed Books: London, UK. 2005

IDEAS, Observatorio de Corporaciones Transnacionales. *Boletín 5: La explotación laboral de la infancia*. 12/2004 www.ekologistakmartxan.org/uploads/media/Dossier_explotacion_laboral_infantil_01.pdf

Intermón Oxfam. *El café que no quita el sueño*. 2011 www.intermonoxfam.org/es/comercio-justo/proyectos/cafe-que-no-quita-sueno

Organización Internacional del Café www.ico.org

Plate-Forme pour le Commerce Équitable. *Le Commerce Équitable en 10 questions*. Avril 2007 www.commerceequitable.org/images/pdf/ce/vademecum.pdf

SODEPAZ. *Justo hasta la última gota: Los retos empresariales para el café de comercio justo*. Cuadernos de trabajo sobre el desarrollo nº1. Atrapasueños Editorial y Editorial SODEPAZ. Noviembre 2008 viajes.sodepaz.tv/documentos/cuaderno_final_internet.pdf

World Resource Institute www.wri.org

Vínculos

Coordinadora Estatal de Comercio Xusto www.comerciojusto.org

Campaña 'Para gozar dun bo café non fai falta que acabe moído ninguén' www.comerciojusto.org/campana-es-justo-lo-que-necesitamos

Organización Mundial do Comercio Xusto www.wfto.com

Organización Mundial do Comercio Xusto – Europa www.wfto-europe.org



“O Comercio Xusto é un sistema comercial baseado no diálogo, a transparencia e o respecto, que procura unha maior igualdade no comercio internacional prestando atención a criterios sociais e ambientais. Contribúe ao desenvolvemento ofrecendo e asegurando os dereitos dos produtores/as e traballadores/as desfavorecidos, especialmente do Sur.”

Definición da Organización Mundial do Comercio Xusto (WFTO)



Organizacións membras: Adsis-Equimercado, Alternativa 3, Ayuda en Acción, Cáritas-Red Interdiocesana de Comercio Justo, Ecosol, Emaús Fundación Social, Espanica, Fundación COPADE, Fundación Grup Tercer Món Mataró, Fundación Vicente Ferrer, IDEAS-Comercio Justo (Tiendas Solidarias), Iepala, Intermón Oxfam, Kidenda, La Ceiba, medicusmundi álava-araba, Mercadeco Fundación, O.C.S.I., Petjades, PROCLADE, PROYDE, S'altra Senalla, SETEM, SODEPAZ, Solidaridad Internacional, Taller de Solidaridad, La tenda de tot el món, Tienda de Comercio Justo de Málaga, Trabajo y Dignidad, Xarxa Consum Solidari.



Séguenos en:



www.facebook.com/CEComercioJusto



[@CEComercioJusto](https://twitter.com/CEComercioJusto)

Co apoio de:

