

## Más allá de la comercialización: Sensibilización, movilización social, denuncia e incidencia política

La compra y venta de productos es una parte esencial del Comercio Justo, pero no es la única. Este movimiento de transformación social global se complementa con la sensibilización, la movilización social, la denuncia y la incidencia política. Todas ellas constituyen líneas de acción necesarias para avanzar hacia los fines que persigue el Comercio Justo, y además, son señas de identidad del mismo.

En este sentido las organizaciones de Comercio Justo entendemos que es fundamental contribuir a la sensibilización de la sociedad en su conjunto, y con grupos de interés diferenciados (jóvenes, estudiantes, profesorado, consumidores y consumidoras, administraciones públicas,...) con el fin de lograr una ciudadanía comprometida que sea consciente de la desigualdad global, de la pobreza en la que viven más de 800 millones de personas, sus causas y su capacidad de acción ante ello. Pero también valoramos como esencial continuar con el trabajo de denuncia de las situaciones de injusticia y violación de Derechos Humanos vinculadas a la producción y distribución de bienes, y también la incidencia política con el fin de lograr los cambios necesarios en las leyes y prácticas comerciales a nivel internacional que a menudo generan un impacto muy negativo en las comunidades productoras más vulnerables. De hecho, todo ello constituye la finalidad última del Comercio Justo.

El principio número 9 de la Carta Internacional del movimiento del Comercio Justo se refiere

especialmente a ello, y señala, entre otros aspectos que “la organización trabaja para crear conciencia sobre los objetivos del Comercio Justo y la necesidad de una mayor justicia global”.

Por ello este informe quedaría incompleto si no mostráramos el trabajo que realizan las organizaciones de la CECJ en estos ámbitos. No haremos una descripción exhaustiva de la gran cantidad de iniciativas y acciones desarrolladas en 2019 por parte de todas las entidades porque esto nos llevaría a un documento muy extenso, pero sí aportaremos los datos principales para tener una visión global de lo que significan e implican todas estas líneas de acción y su impacto en la ciudadanía.

En nuestro país, una mayoría de las acciones van destinadas a la sensibilización de la ciudadanía siendo el ámbito educativo, y particularmente la educación formal, uno de los prioritarios. Así, tanto **el profesorado como los y las estudiantes constituyen los principales públicos a los que se dirige una parte importante del trabajo de concienciación social**. Las organizaciones buscan de esta manera sentar unas bases sólidas para una ciudadanía comprometida y crítica.

Pero además de la actividad en centros educativos, las organizaciones de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo desarrollan **un trabajo muy centrado en el territorio, en el barrio, comarca o localidad en la que se encuentran** y en numerosas ocasiones muy apegado a las características, formas de vida y hábitos de dicho territorio. Ello



© Alternativa 3

Taller sobre cacao en un colegio de Cataluña.

permite un tipo de trabajo muy cercano con las personas a las que se dirigen, lo que facilita que el Comercio Justo llegue a muchas localidades y territorios.

Por otro lado, estas iniciativas se complementan con otro tipo de acciones que buscan llegar a un público más extenso como en el caso del **trabajo con medios de comunicación o la presencia en redes sociales**.

En este sentido también es de destacar el **trabajo en red junto con otras entidades del territorio** con objetivos comunes, y también la participación en movimientos sociales y campañas de denuncia o incidencia más globales que buscan el apoyo de la ciudadanía para conseguir medidas concretas. Así, las organizaciones miembro logran ampliar el impacto y la difusión de este tipo de iniciativas.

En definitiva, las líneas de trabajo que desarrollan las organizaciones de Comercio Justo más allá de la comercialización podemos decir que son las siguientes:

- Iniciativas de sensibilización.
- Comunicación y difusión.

- Generación de conocimiento: estudios y publicaciones.
- Denuncia.
- Incidencia política.
- Apoyo a organizaciones productoras.
- Formación: interna (a voluntarios/as de la organización) y externa (a otros públicos) sobre aspectos relacionados con el Comercio Justo.
- Trabajo en red.
- Participación en ferias y eventos de relevancia.

### Iniciativas de sensibilización

La línea de trabajo que más llevan a cabo las organizaciones de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo es la sensibilización. Prácticamente todas las entidades miembro realizan iniciativas para sensibilizar en torno a la desigualdad global, sus causas, problemática y consecuencias, y la alternativa que supone el Comercio Justo.

En el 2019 se estima que en las 700 actividades realizadas por las organizaciones de la CECJ participaron cerca de 62.000 personas.

## En 2019, cerca de 62.000 personas participaron en las 700 actividades de sensibilización relacionadas con el Comercio Justo

Las tiendas de Comercio Justo han acogido aproximadamente una tercera parte de estas actividades. Entre ellas, las más habituales han sido los talleres lúdico-formativos (de cocina, de cosmética natural...), seguidas de las actividades de tipo escénico (teatro, conciertos, cuentacuentos...). Son éstas últimas las que han congregado a una mayor cantidad de público.

Una de las acciones más significativas desarrolladas en las tiendas han sido las sesiones de formación de voluntariado de Comercio Justo. Así, en 2019 se han celebrado 100 talleres a los que han asistido 1272 voluntarios y voluntarias.

Asimismo, las tiendas también continúan siendo espacios interesantes para la celebración de charlas y debates, la mitad de ellos en 2019 han estado protagonizados por representantes de organizaciones productoras de Comercio Justo. Todo ello es una muestra de la vivacidad de estos pequeños espacios que mantienen su carácter de lugar de encuentro para el núcleo de nuestro movimiento.

Sin embargo, la gran mayoría de las iniciativas de sensibilización se han desarrollado fuera de las tiendas, un hecho lógico dado que, las tiendas son espacios más bien pequeños, y en función de la tipología de las actividades y con el fin de llegar a un mayor número de público, las organizaciones buscan otros escenarios para desarrollarlas.

En este sentido, la tipología de acciones llevada a cabo es de lo más variado. Las más numerosas han sido las exposiciones, seguidas de las conferencias y debates, y en tercer lugar, los eventos de tipo cultural (conciertos, teatro, videoforum, performance, cuentacuentos...), que también en los espacios alternativos a las tiendas son los que han obtenido un mayor éxito de público: en 2019 se celebraron 75 eventos culturales relacionados con el Comercio Justo a los que asistieron cerca de 28.000 personas. Por su parte, las rutas gastronómicas también han congregado a un importante número de gente.

Para contar de manera más gráfica en qué consiste toda esta labor, daremos algunos ejemplos de iniciativas concretas realizadas por las organizaciones de Comercio Justo el último año en nuestro país:

En **Pamplona**, Setem Navarra convocó de nuevo la **"Ruta del chocolate"** en la que durante una semana 10 bares y cafeterías del casco viejo de la ciudad ofrecían un producto elaborado con cacao de Comercio Justo, como chocolate a la taza o pasteles. Al público que accedía a dichos establecimientos se les entregaba un folleto informativo sobre el Comercio Justo y se les invitaba a una chocolatina. Con esta iniciativa, consiguen sensibilizar a la ciudadanía pero también al sector hostelero, en torno a las condiciones de producción del cacao convencional y de la alternativa que supone el Comercio Justo.



© Setem Navarra

Postre ofrecido por un restaurante de Pamplona en la Ruta del Chocolate.



© Medicusmundi Álava

Taller de cocina ecojusta organizado en Vitoria.

En **Vitoria**, las organizaciones Medicusmundi Álava/Araba y Setem Hego Haizea en el marco de un convenio con el ayuntamiento de la localidad, han desarrollado multitud de actividades en distintos espacios y dirigidos a públicos diversos. Por ejemplo, en los centros cívicos llevaron a cabo **3 talleres prácticos sobre la quinoa** y sus posibilidades en la cocina. Además, en los centros socioculturales para personas mayores han realizado pequeños talleres y degustaciones de productos para dar a conocer el Comercio Justo.

En **Palma de Mallorca**, S'Altra Senalla organizó la representación de la **obra de teatro "M'explico"**, en el Casal Ca'n Alcover. La obra cuenta la historia de una empresaria que viaja a Nicaragua donde conoce a la dirigente de una organización cafetalera de Comercio Justo. El encuentro con ella hace tambalear sus planes iniciales. La cita obtuvo un importante éxito de público, del que una muy buena parte se trataba de personas sin una vinculación particular con nuestro movimiento.

Por su parte, Fairtrade Ibérica eligió el cine como medio para apoyar la sensibilización sobre el consumo responsable, el Comercio Justo y la sostenibilidad. Esta entidad fue una de las patrocinadoras del Festival de cine sostenible "Another way",

celebrado en **Madrid** del 24 al 27 de octubre, y cuyo lema en esta edición era "Planta semillas, reconecta con tus raíces y celebra el cambio que generas cada día". El festival proyectó 27 películas documentales y de ficción sobre temas relacionados con el cambio climático, el activismo, la alimentación, la economía, los derechos humanos y la protección de las especies.

Por otro lado, el **deporte** también puede ser una herramienta para sensibilizar sobre el Comercio Justo. Esto es lo que plantearon Taller de Solidaridad y Setem MCM en el foro titulado "Género, deporte y Comercio Justo comparten valores", organizado en **Madrid**. El evento reunió a 3 mujeres para reflexionar acerca de los valores que tienen en común el deporte y el Comercio Justo, y hacerlo con un enfoque feminista para reivindicar la necesaria igualdad en todos los ámbitos y en particular en el laboral/productivo y el deportivo. Las protagonistas del evento fueron la nicaragüense M<sup>a</sup> Mercedes Alemán (de la organización cafetalera de Comercio Justo Aldea Global), la deportista de élite Patricia García (jugadora de la selección española de rugby) y Alicia Rius (investigadora y formadora especializada en Perspectiva feminista y economía aplicada).



© Setem MCM/Taller de Solidaridad

Ponentes del Foro sobre Comercio Justo, deporte y género.

## EL DÍA MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO, EL PRINCIPAL EVENTO DEL SECTOR

En el 2019, en una primavera marcada por las citas electorales -coincidieron Elecciones Generales, Europeas, Autonómicas y Locales-, el Día Mundial del Comercio Justo tuvo un carácter especialmente reivindicativo. Bajo el lema “Somos Comercio Justo, ¿y tú?” junto a los actos de calle convocados por las organizaciones miembro en más de 50 localidades, la CECJ desarrollamos una campaña dirigida a los partidos políticos para pedir que aborden aspectos como el cambio climático, la educación en el consumo responsable o la responsabilidad de las empresas en el cumplimiento de los Derechos Humanos, laborales y el respeto al medio ambiente en sus cadenas de producción más allá de nuestras fronteras.

El acto se completó con la **exposición interactiva** “Miradas al cubo. El otro lado de las cosas”, en la que a través de un cubo gigante con distintas escenas deportivas, el público asistente pudo descubrir lo que subyace detrás de lo que vemos: explotación laboral, explotación infantil o degradación ambiental.

Otra iniciativa que destacamos como significativa es la desarrollada por Cáritas Diocesana en el **ámbito rural** para acercar el Comercio Justo a esta población. Uno de sus ejemplos es el realizado en **Cuenca**, en el marco del proyecto “Objetivo Planeta 2030” en el que han llevado a cabo talleres formativos, catas de degustación de productos e instalación de mesas divulgativas en numerosos pueblos de la provincia, en los que han participado de manera directa más de 3700 personas.

Por último, en esta línea de trabajo de sensibilización destacamos la campaña **Ciudades por el Comercio Justo**, una iniciativa internacional que en nuestro país coordina Ideas, y del que ya forman parte 20 municipios españoles. En 2019, se unió **Valencia**. Esta campaña busca fomentar un modelo de localidad que apoye y desarrolle iniciativas de Comercio Justo entre todos los sectores, a través de alianzas y un trabajo en red en el que participan desde el Ayuntamiento a la hostelería, centros educativos, universidades, pequeños

comercios, etc. En el marco de esta campaña se desarrollan distintas acciones como formación de funcionarios/as públicos en Compra Pública Ética, talleres dirigidos a la ciudadanía (de gastronomía, nutrición, o sobre el etiquetado de productos) y en centros educativos, campañas en redes sociales, etc.

### Trabajo en centros educativos y con jóvenes

El trabajo que las organizaciones de Comercio Justo realizan en centros educativos y en espacios de educación no formal, dirigido a adolescentes y jóvenes, merece una mención especial ya que es una tarea esencial para una gran parte de las organizaciones de la CECJ.

Estimamos que el año pasado, 30.240 estudiantes y 835 profesores/as participaron en este tipo de acciones formativas, desarrolladas en 240 centros educativos, desde Primaria hasta Educación Superior.

El grueso de esta tarea se desarrolla en los niveles de Primaria, Secundaria y Bachillerato. Solo en estas etapas, en 2019, cerca de 19.500 escolares y 700 docentes de 180 centros educativos trabajaron en este tipo de talleres. Sin embargo la presencia en las universidades y estudios de postgrado

## En 2019 más de 30.000 estudiantes participaron en talleres y acciones educativas relacionadas con el Comercio Justo

es cada vez más importante. El año pasado se realizaron distintas acciones formativas en 50 centros universitarios en las que participaron más de 10.400 estudiantes.

Como aspecto significativo también es interesante destacar la realización de sesiones formativas de Comercio Justo en otros sectores educativos como los módulos de Formación Profesional, escuelas de personas adultas o incluso los talleres realizados en centros para personas con discapacidad.

Un ejemplo de este trabajo es el que ha realizado Cáritas **Teruel** en centros educativos de Primaria, Secundaria y Bachillerato pero también en espacios de ocio y tiempo libre de distintos pueblos de la provincia. A través de una propuesta de **gincanas y actividades dinámicas y participativas**, han llevado a cabo un trabajo de sensibilización sobre Comercio Justo en el que han participado más de mil niños, niñas y jóvenes y que ha contado con la implicación de los equipos directivos y del profesorado.

En **Alicante y Valencia**, las ONGD Ecosol y Petjades, con el apoyo de la Generalitat Valenciana, han desarrollado un proyecto en 8 centros educativos en los que a través de distintas actividades han trabajado aspectos relacionados con el Comercio Justo, los huertos escolares ecológicos y la gestión de residuos como herramientas para avanzar hacia el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, relativo a “garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”. En él han participado 4390 estudiantes desde Infantil hasta Bachillerato, y cerca de 300 docentes.



© Ecosol/Petjades

Actividad educativa sobre Comercio Justo y los ODS en un colegio valenciano.

Otra de las iniciativas en este ámbito ha sido la titulada **“Muéstrale la tarjeta roja al trabajo infantil”** con la que la ONG PROYDE ha trabajado la problemática de la explotación laboral infantil en 35 centros educativos. Para ello han trabajado a partir de un taller de elaboración de balones deportivos, y también utilizando otros materiales como un vídeo del que la ONG realizó la tarea de subtítulo.



© PROYDE

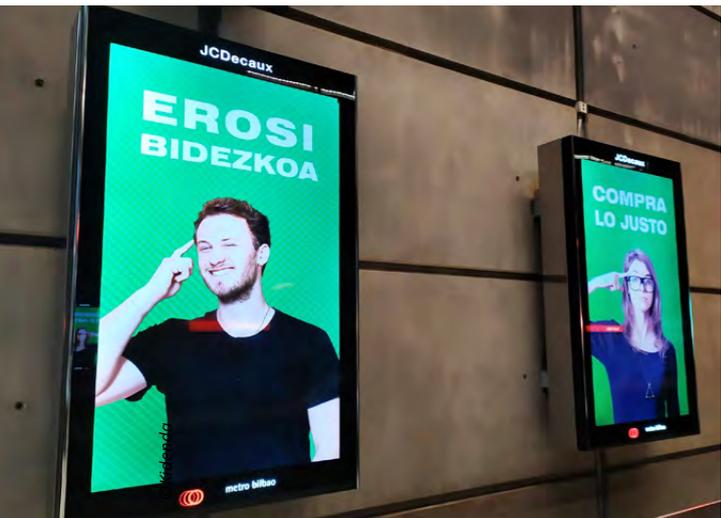
Balón realizado por una alumna en la campaña “Tarjeta roja al trabajo infantil”.

### Comunicación y difusión

El trabajo de comunicación para difundir el Comercio Justo es una de las tareas fundamentales que desarrollan las organizaciones. Aunque con distintos niveles de implicación, prácticamente todas las entidades de la CECJ desarrollan un trabajo de relación con medios de comunicación y están presentes en redes sociales. Además de

esta tarea constante durante todo el año, se han llevado a cabo iniciativas puntuales a través de distintos medios y soportes.

Una de las más significativas es la que han realizado las entidades de Comercio Justo de **Bilbao** (Kidenda, Proclade Yanapay, Asociación Adeco, Oxfam Intermon, Fundación Vicente Ferrer y Adsis Equimerca) junto con el ayuntamiento de la localidad, bajo el lema de “Compra lo justo”. Esta campaña de concienciación sobre el consumo responsable se desarrolló en las pantallas digitales del metro de Bilbao, y se completó con un cartel impreso y con su difusión en medios de comunicación. La iniciativa tuvo lugar entre el 25 de noviembre y el 2 de diciembre, con motivo del llamado Black Friday y el inicio de la campaña de Navidad.



© Kidenda

Campaña de sensibilización en el metro de Bilbao.

Por su parte, la Fundación Vicente Ferrer ha trabajado especialmente en este ámbito con el fin de dar una mayor visibilidad a la organización artesana de Comercio Justo con la que trabajan en India. Así, han desarrollado una campaña para tener presencia en páginas web y revistas especializadas en sectores como interiorismo o bodas. También, han promovido la celebración de talleres para favorecer la conexión entre las artesanas y el público consumidor.

## Generación de conocimiento: informes y publicaciones

La investigación y realización de publicaciones sobre temáticas relacionadas con el Comercio Justo es otra de las líneas de acción que llevan a cabo las organizaciones de la CECJ. En este sentido, a modo de ejemplo, presentamos algunas de las publicaciones elaboradas en 2019:

**Informe Salarios dignos 2019. Análisis de los salarios pagados en las fábricas de la industria textil global. Federación Setem**

Este informe de investigación elaborado en el marco de la Campaña Ropa Limpia analiza las respuestas de 20 marcas de ropa líderes del sector sobre su progreso en la implementación de un salario digno. Si bien el 85% de las marcas tenía algún compromiso para garantizar que los salarios sean suficientes para satisfacer las necesidades básicas de las trabajadoras, ninguna marca estaba poniendo esto en práctica para ningún trabajador ni trabajadora en los países donde se produce la gran mayoría de la ropa. Este nuevo informe muestra que, más allá de las declaraciones y compromisos presuntamente adquiridos por las empresas, es el propio modelo económico basado en la búsqueda de costes de producción más bajos lo que debe ser revisado y cambiado imponiendo normas vinculantes a las multinacionales con el fin de garantizar los derechos humanos.

**Informe de impacto del Comercio Justo 2018/2019 “People and Planet before Profit”, Oxfam Intermón**

Este informe analiza el impacto del Comercio Justo en las organizaciones productoras en aspectos como la protección del medio ambiente, el empoderamiento y liderazgo de las mujeres, el desarrollo comunitario o los proyectos financiados con la prima de Comercio Justo. La publicación ha ofrecido información muy interesante que, además, ha servido como base para desarrollar talleres formativos entre el voluntariado, equipos territoriales y oficinas de país.

**Guía “Comercio justo y género: orientaciones para incorporar la perspectiva de género” Setem Hego Haizea**

Unidad didáctica cuyo objetivo es promover la reflexión en el movimiento del Comercio Justo acerca de cómo incorporar la perspectiva feminista en sus organizaciones. La guía es el resultado de un proceso de trabajo en el que participaron representantes de organizaciones vascas y latinoamericanas: SETEM, Equipare, Medicusmundi Álava, Kidenda, Maquita, Grupo Social FEPP y K’inal Antsetik.

**Estudio para conocer las prácticas de consumo de la población de Cantabria en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fundación PROCLADE**

Informe que recoge los datos de una encuesta telefónica realizada a padres/madres de familias residentes en Cantabria con la finalidad de conocer su percepción y hábitos relacionados con el consumo responsable y el conocimiento sobre el Comercio Justo.

## Denuncia

Un aspecto fundamental del movimiento del Comercio Justo es la denuncia de las situaciones de violación de los Derechos Humanos y laborales por parte de determinadas empresas y actores del comercio convencional. En este sentido, la organización Setem, que coordina en nuestro país la Campaña Ropa Limpia, es una de las organizaciones más significativas en esta línea de acción.

En el 2019 una de sus iniciativas más destacadas ha sido la **campaña contra la represión de sindicalistas y trabajadoras en Bangladesh** cuyo objetivo es visibilizar la explotación laboral y el acoso que sufren las personas que defienden los Derechos Humanos en la industria de la confección por parte de la patronal y el gobierno de Bangladesh con la connivencia de las grandes empresas internacionales y países del Norte global.

Para lograrlo han desarrollado varias acciones, entre ellas, una acción de calle frente a la embajada de Bangladesh en Madrid y otras ciudades europeas, presencia constante en redes sociales, interlocución con marcas de textil españolas o la coordinación del seguimiento del Acuerdo de Bangladesh, firmando tras la tragedia del Rana Plaza en 2013. Pero la acción más destacada fue la reunión con un representante de la embajada de Bangladesh en España quien afirmó que trasladaría las inquietudes de esta campaña a su gobierno.

## Incidencia política

Otra de las líneas principales de acción del movimiento del Comercio Justo es la de incidencia política, a través de la cual tratamos de lograr cambios políticos y legales que favorezcan una mayor justicia comercial global.

En esta línea de trabajo, desde la Coordinadora Estatal de Comercio Justo participamos en campañas e iniciativas a las que también se suman la mayoría de las organizaciones miembro. Así en el 2019, en el marco de la campaña **“Derechos para las personas. Obligaciones para multinacionales”**, nos unimos a varias acciones concretas, entre otras, dos recogidas de firmas: una, para poner fin a los tribunales secretos y exclusivos para las multinacionales, conocidos como ISDS, y otra para solicitar el avance del Tratado Vinculante que obligue a las empresas a garantizar los Derechos Humanos. En este sentido también firmamos y enviamos una carta al Comité Económico y Social Europeo para solicitar que un dictamen favorable a dicho Tratado. También firmamos una carta dirigida a europarlamentarios/as para pedir que votaran en contra del acuerdo comercial entre la UE y Singapur.

Una de las acciones más destacadas en este ámbito en 2019, fue la relativa a la **Cumbre del Clima** celebrada en Madrid. Por un lado, la CECJ firmamos y consensuamos el manifiesto titulado “No hay

resiliencia climática sin justicia comercial”, en el que el movimiento internacional de Comercio Justo solicitamos que en las negociaciones sobre la crisis climática se escuchen las demandas de las organizaciones productoras. Además, la CECJ organizamos la presentación de dicho manifiesto en la COP-25, que corrió a cargo de Juanjo Martínez, presidente de WFTO-Europa. Por otro lado, tanto la CECJ como varias de las organizaciones miembro participaron en la Cumbre Social del Clima.

### Visitas de representantes de organizaciones productoras

Para transmitir qué es el Comercio Justo, cómo trabajan las organizaciones productoras y cuál es el impacto que genera para sus trabajadores y trabajadoras y su comunidad, quien mejor que sus propios protagonistas para hacerlo. Por ello, algunas entidades invitan a representantes de las organizaciones productoras para que cuenten en primera persona su experiencia.

Ha sido el caso de La Tenda de Tot el Món que, en el marco de su participación en el proyecto “Sostenible, igualitario y justo. Consume local, Consume Palestina”, ha facilitado la **visita de 9 mujeres miembro de cooperativas agrícolas palestinas de Comercio Justo**. Durante su presencia la comitiva palestina tuvo numerosos contactos en instituciones de la



Representantes de cooperativas palestinas en la charla celebrada en La Tenda de Tot el Món.

© La Tenda de Tot el Món

**Comunidad Valenciana** (Ayuntamientos de Valencia y Sagunto, Generalitat Valenciana, Universidades,...) y también realizaron charlas, como la celebrada en la Tenda, o su participación en el stand de BioCultura Valencia donde además llevaron a cabo una demostración de cocina.

Por otro lado, IDEAS financió y organizó la visita de Laura López, de la cooperativa azucarera Manduvirá (Paraguay), a nuestro país. Ella realizó varias charlas en distintas localidades y organizaciones de la CECJ, incluso participó en nuestra Asamblea general.

Esta misma entidad también gestionó la visita de las peruanas Carmen Edermi, socia de la cooperativa Sol y Café, y Delicia Sánchez, socia de la cooperativa CEPROAA, ambas productoras de café, azúcar y cacao. Recorrieron toda la geografía española para realizar encuentros en tiendas y organizaciones de Comercio Justo.

### Apoyo a organizaciones productoras

Algunas de las organizaciones de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo trabajan en el apoyo a las organizaciones productoras a través del desarrollo de iniciativas muy variadas.

Una muestra de ello es el proyecto realizado por la Fundación Isabel Martín, que ha permitido dotar de uniformes de trabajo producidos en India por la organización de Comercio Justo Creative Handicrafts a los trabajadores y trabajadoras de la Residencia de Asistidos de Cáritas en Zaragoza. Esta iniciativa pretende constituirse como un referente en la RSC de otras organizaciones.

### Trabajo en red

El trabajo en red es sin duda una señal de identidad de las organizaciones de Comercio Justo. Todas las entidades miembro señalan su presencia y participación en distintas plataformas

de organizaciones y/o movimiento sociales, y en distintos ámbitos de actuación: internacional, estatal, autonómico o local.

### El trabajo en red es una señal de identidad de las organizaciones de Comercio Justo

En su mayoría, las organizaciones de la CECJ participan en coordinadoras autonómicas o locales de ONG de desarrollo, pero también es bastante frecuente su presencia en las redes de economía solidaria de su región (REAS) y/o de banca ética (Fiare, Oikocredit).

Por otro lado, prácticamente todas las organizaciones trabajan junto con otras organizaciones de Comercio Justo de la misma localidad o provincia. Dichos grupos son, en muchos casos, agrupaciones no constituidas formalmente pero cuyas dinámicas están muy consolidadas tras varios años de trabajo conjunto. En numerosos casos también estas redes cuentan con algún tipo de apoyo por parte del ayuntamiento de la localidad para el desarrollo de acciones concretas, o bien para un programa de actividades a través de convenios. Asimismo, también es frecuente la participación en consejos municipales de cooperación o voluntariado promovidos por ayuntamientos.

Un ejemplo significativo de la importancia que las organizaciones de Comercio Justo dan al trabajo en red ha sido la **constitución en 2019 de La Coordi (Coordinadora catalana de Comercio Justo y banca ética)**, formada por Alternativa 3, Setem Catalunya FETS (Finances Ètiques), Associació Fiare Catalunya y Oxfam Intermón, y a nivel local la constitución de la “Associació de economia social de Terrassa” promovida por Alternativa 3.

Por último, también es de destacar el trabajo conjunto con otros establecimientos de pequeño

comercio de la localidad. Es el caso de La Tenda que ha participado en varias campañas del ayuntamiento de Sagunto (“Como en casa, ¡en ningún sitio!” o “Per Nadal comprar en el comerç local té premi”).

O en Vitoria, Medicusmundi Álava/Araba y Setem Hego Haizea participan desde hace unos años en la campaña “Multiplica por Cero” que busca visibilizar a las tiendas que cuentan con productos de Comercio Justo en sus estanterías.

### Presencia en ferias

Otra de las actividades a las que las organizaciones dedican una parte de su trabajo es la presencia en ferias o mercadillos. Este tipo de eventos, más allá de la mera compra y venta de productos, suponen un importante espacio de visibilización del Comercio Justo, sensibilización y contacto directo con el público.

Así lo valoraba Eticambio, que en 2019 participó en la Feria de Navidad de **Murcia**, uno de los eventos más importantes de la localidad, en el que tuvieron la oportunidad de difundir los principios del Comercio Justo a miles de personas que desconocían esta alternativa y la problemática a la que responde, durante sus 10 días de duración y en un amplio horario (de 11:00 a 23:00 horas). Otra de las ferias a destacar sería Biocultura Madrid en la que todas las entidades importadoras de la CECJ estuvieron presentes.

Terminamos este capítulo destacando la importancia y valorando el enorme impacto cualitativo y cuantitativo de todo este gran trabajo que desarrollan día a día las organizaciones de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, para concienciar a la ciudadanía de que es posible un mundo mejor y más justo a través de su participación y articulando lo global con lo local. Con todo ello se demuestra una vez más que, con el trabajo de todos y todas, otro mundo es posible.

## Enlaces y direcciones

### ORGANIZACIONES MIEMBRO DE LA COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO

#### ADSIS-EQUI MERCADO

C/S, nave 8. Pol. Industrial Noáin-Esquíroz  
31191 Esquíroz (Navarra)  
Tel: 948 302 450  
[www.equimercado.org](http://www.equimercado.org)

#### ALTERNATIVA 3

Ctra. Castellar 526  
08227 Terrassa  
Tel: 93 786 93 79  
[www.alternativa3.com](http://www.alternativa3.com)

#### CÁRITAS - RED INTERDIOCESANA DE COMERCIO JUSTO

C/ Embajadores, 162  
28045 Madrid  
Tel: 91 444 10 00  
[www.caritas.es](http://www.caritas.es)

#### ECOSOL

C/ Arzobispo Mayoral, 4  
46002 Valencia  
Tel: 96 370 91 58  
[www.ecosol.ongd.es](http://www.ecosol.ongd.es)

#### ESPANICA

C/ La Avena, 1. Nave 2  
28914 Leganés (Madrid)  
Tel: 91 672 09 05  
[www.espanica.org](http://www.espanica.org)

#### ETICAMBIO

C/ El Limonero, 2, nave 3  
30850 Totana (Murcia)  
Tel: 722431055  
[www.eticambio.es](http://www.eticambio.es)

#### FAIRTRADE IBÉRICA

Impact Hub Madrid. c/ Alameda, 22  
28014 Madrid  
Tel: 91 543 33 99  
[www.sellocomerciojusto.org](http://www.sellocomerciojusto.org)

#### FUNDACIÓN ISABEL MARTÍN

C/ Arpa, 6 - local  
50003 Zaragoza  
Tel: 876280063  
[www.fundacionisabelmartin.es](http://www.fundacionisabelmartin.es)

#### FUNDACIÓN TALLER DE SOLIDARIDAD

Ramón Montenegro 17-19  
27002 Lugo  
Tel: 982 80 47 36  
[www.tallerdesolidaridad.org](http://www.tallerdesolidaridad.org)  
Tel: 952 22 15 64

#### FUNDACIÓN TRABAJO Y DIGNIDAD

c/ General Asensio Cabanillas, 18  
28003 Madrid  
Tel: 91 534 59 63  
[www.trabajoydignidad.org](http://www.trabajoydignidad.org)

#### FUNDACIÓN VICENTE FERRER

C/ Annibal, 9 A, bajo  
07013 Palma de Mallorca  
Tel: 971 22 01 09  
[www.fundacionvicenteferrer.org](http://www.fundacionvicenteferrer.org)

#### IDEAS

C/ El Carpio, parcela 55 Pol.  
Dehesa de Cebrián  
14420 Villafranca (Córdoba)  
Tel: 902 10 71 91  
[www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)

#### KIDENDA

C/ Viuda de Epalza, 6  
48005 Bilbao  
Tel: 94 479 28 62  
[www.kidenda.org](http://www.kidenda.org)

#### LA-TENDA DE TOT EL MÓN

Pasaje Vicente Moliner, 4  
46520 Puerto de Sagunto  
Tel: 96 267 90 26  
[www.la-tenda.org](http://www.la-tenda.org)

#### MEDICUS MUNDI ÁLAVA

C/ Los Isunza, 9 - 1º dcha.  
01002 Vitoria  
Tel: 94 528 80 31  
[www.medicusmundi.es/alava](http://www.medicusmundi.es/alava)

#### OXFAM INTERMÓN

C/ Luis Pasteur, 6 (Parque Tecn.)  
46980 Paterna (Valencia)  
Tel: 961366275  
[www.oxfamintermon.org](http://www.oxfamintermon.org)

#### PETJADES

Avda. Tres Cruces, 49  
46018 Valencia  
Tel: 96 383 00 99  
[www.petjades.org](http://www.petjades.org)

#### PROCLADE

c/ Conde de Serrallo, 15  
28029 Madrid  
Tel: 91 314 78 71  
[www.fundacionproclade.org](http://www.fundacionproclade.org)

#### PROYDE

Marqués de Mondéjar, 32  
28028 Madrid  
Tel: 91 356 06 07  
[www.proyde.org](http://www.proyde.org)

#### S'ALTRA SENALLA

Arxiduc Lluís Salvador, 24  
07004 Palma de Mallorca  
Tel: 971 291 231  
<http://saltrasenalla.org>

#### SETEM (Federación)

C/ Gaztambide, 50  
28015 Madrid  
Tel: 91 549 91 28  
[www.setem.org](http://www.setem.org)

#### SETEM ANDALUCÍA

C/ Palencia, 33, local 19  
18008 Granada  
Tel: 958 81 89 38  
[www.setem.org/andalucia](http://www.setem.org/andalucia)

#### SETEM CATALUNYA

Bisbe Laguarda, 4  
08001 Barcelona  
Tel: 934 415 335  
[www.setem.org/catalunya](http://www.setem.org/catalunya)

#### SETEM C. VALENCIANA

c/ Utiel, 16  
46020 Valencia  
Tel: 96 315 35 05  
[www.setem.org/comunitat-valenciana](http://www.setem.org/comunitat-valenciana)

## Enlaces y direcciones

### SETEM HEGO HAIZEA

c/ San Vicente Paúl, 10  
01001 Vitoria-Gasteiz  
Tel: 945 12 07 46  
[www.setem.org/euskadi](http://www.setem.org/euskadi)

### SETEM MCM

C/ Gaztambide, 50  
28015 Madrid  
Tel: 91 549 91 28  
[www.setem.org/mcm](http://www.setem.org/mcm)

### SETEM NAVARRA-NAFARROA

Mercaderes, 20  
31001 Pamplona-Iruña  
[www.setem.org/navarra](http://www.setem.org/navarra)

## ORGANIZACIONES COLABORADORAS

### FEDERACIÓN ARAGONESA DE SOLIDARIDAD

C/ Espoz y Mina, 14. Ppal. Dcha.  
50003 Zaragoza  
<https://aragonsolidario.org/>

### LA COORDI. Coordinadora pel Comerç Just i les Finances Ètiques

C/ Bisbe Laguarda, 4  
08001 Barcelona  
<https://comercjustibancaetica.org/>

### OIKOCREDIT EUSKADI

Viuda de Epalza, 6  
Bilbao 48005  
<https://euskadi.oikocredit.es/es/>

## OTROS

### ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO

<http://wfto.com/>

### ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO - EUROPA

<http://www.wfto-europe.org/>

### FAIRTRADE INTERNATIONAL

<https://www.fairtrade.net/>

### FAIR FOR LIFE

<http://www.fairforlife.org/>

### NATURLAND FAIR

<http://www.naturland.de/de/>

### SÍMBOLO PEQUEÑOS PRODUCTORES

<http://spp.coop/>

### FAIRTRADE ADVOCACY OFFICE

[www.fairtrade-advocacy.org](http://www.fairtrade-advocacy.org)

### RED DE REDES DE ECONOMÍA ALTERNATIVA Y SOLIDARIA (REAS)

<http://www.economiasolidaria.org/>

### COORDINADORA DE ORGANIZACIONES DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

<https://coordinadoraongd.org/>

### CAMPAÑA "DERECHOS PARA LAS PERSONAS, OBLIGACIONES PARA LAS MULTINACIONALES"

<http://www.noalttip.org/>



C/ Gaztambide, 50  
28015 Madrid  
91 299 38 60  
[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) integra a la mayoría de las organizaciones de Comercio Justo de España

Desde su nacimiento en 1996, la CECJ tiene como fin potenciar el Comercio Justo entre la ciudadanía, realizando para ello campañas públicas de sensibilización social, difusión e incidencia política. Estas acciones incluyen estudios e investigaciones que mejoren el conocimiento de la sociedad española sobre el Comercio Justo y el Consumo Responsable, y que contribuyan a una modificación sustancial de las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. En la actualidad la CECJ está compuesta por 27 entidades miembros de pleno derecho y 3 entidades colaboradoras y es miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO).

Entre sus objetivos destacan:

- Coordinar y canalizar la comunicación entre las organizaciones de Comercio Justo.
- Velar por el cumplimiento de los criterios acordados por la Organización Mundial del Comercio Justo.
- Representar a sus miembros ante los organismos estatales e internacionales.
- Fomentar el debate sobre los criterios éticos en las prácticas comerciales.
- Promover y participar en actividades e iniciativas que contribuyan a fomentar el Comercio Justo.
- Informar y sensibilizar a la sociedad sobre las prácticas y valores del Comercio Justo en nuestro país.

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur.”

Definición de la Organización Mundial del Comercio Justo





Gaztambide, 50  
28015 - Madrid  
[www.comerciojusto.org](http://www.comerciojusto.org)

Con el apoyo de:



COORDINADORA ESTATAL DE  
**COMERCIO JUSTO**



cooperación  
española