



**ideas**

COMERCIO JUSTO

**MEMORIA ANUAL DE ACTIVIDADES 2007**

**INDICE**

<b>1. <u>MISIÓN DE IDEAS</u></b> .....	4
<b>2. <u>LÍNEAS DE TRABAJO DE IDEAS</u></b> .....	4
<b>3. <u>LOGROS</u></b> .....	5
<b>4. <u>ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO Y COOPERACIÓN COMERCIAL</u></b> .....	6
4.1.1. Proyecto de apoyo técnico a Afesip Fair Fashion (12 meses)	
4.1.2. Proyecto de apoyo técnico a Afesip Fair Fashion. Fase 2. (12 meses)	
4.1.3. Proyecto de ayuda humanitaria a AFESIP (6 meses):	
4.1.4. Proyecto Jóvenes Cooperantes del Ayuntamiento de Córdoba (6 meses):	
4.1.5. Proyecto de formación técnico-productiva en Tanzania y Kenia	
4.1.6. Proyecto de capacitación técnica y desarrollo de la colección textil primavera-verano 2008 en India y Nepal	
4.1.7. Programa de asistencia formativa y técnica a Artissal (Guinea Bissau-Africa)	
4.1.8. Programas de formación para el sector artesano en América Latina	
4.1.8.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN CON AECI EN BOLIVIA	
4.1.8.2. PROGRAMA DE FORMACIÓN AECI EN GUATEMALA	
4.1.8.3. PROGRAMA DE FORMACIÓN AECI EN COLOMBIA	
<b>5. <u>SENSIBILIZACION PARA EL COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE</u></b> .....	15
<b>5.1. CAMPAÑA Bio&amp;Justo</b> .....	15
<b>5.2. ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN FORMAL E INFORMAL</b> .....	17
5.2.1. Introducción	
5.2.2. Educación formal	
5.2.3. Educación informal	
5.2.4. Proyectos	
5.2.5. Proyectos en ejecución	
5.2.6. Eventos donde participó el área comercial de IDEAS	
<b>5.3. CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO</b> .....	20
<b>5.4. VIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA ALTERNATIVA Y SOLIDARIA</b> .....	21
<b>6. <u>CONSULTORÍA E INVESTIGACIÓN</u></b> .....	22
<b>6.1. PROGRAMA COMPRA PÚBLICA ETICA</b>	
<b>6.2. PROGRAMA COMPRA EMPRESARIAL RESPONSABLE</b>	
<b>6.3. OBSERVATORIO PARA UN COMERCIO JUSTO</b>	
<b>7. <u>RESULTADOS ECONÓMICOS</u></b> .....	28

### ¿Qué es el Comercio Justo?

*“El Comercio Justo es una asociación de comercio, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”*

Fuente: FINE\*.

\*FINE es una plataforma informal que aglutina a los principales referentes del Comercio Justo (IFAT, EFTA, FLO, NEWS)

## 1. MISIÓN DE IDEAS

**IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)**, es una **Organización de Comercio Justo** cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de **Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable**, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

## 2. LÍNEAS DE TRABAJO DE IDEAS

Desde hace más de veinte años **IDEAS** es la primera entidad española que desarrolla el **Comercio Justo** con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios. **IDEAS** reconoce el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, **IDEAS** potencia la capacidad crítica de los ciudadanos/as, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de **Consumo Responsable y Economía Solidaria**. Entre estas acciones cabe destacar a **IDEAS** como la coordinadora estatal de los programas europeos **Public Affairs/Compra Pública Ética (CPE)**, **Compra Empresarial Responsable (CER)** cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo, y también del programa **Ciudades por el Comercio Justo** que busca la participación de todos los actores públicos, privados y sociales en el fomento del Comercio Justo.

**IDEAS** también ofrece una herramienta de análisis de conducta empresarial mediante la difusión pública de las investigaciones sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el **Observatorio para un Comercio Justo (antes Observatorio de Corporaciones Transnacionales)**.

**IDEAS** es una cooperativa sin ánimo de lucro y con objeto social solidario inscrita como ONGD en la **AECID** (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

**IDEAS** es miembro de **IFAT** (Asociación Internacional de Comercio Justo) presidiendo actualmente **IFAT Europa**; socio de **EFTA** (Asociación Europea de Comercio Justo); miembro fundador de la **CECJ** (Coordinadora Estatal de Comercio Justo); socio fundador de **REAS** (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria) y miembro fundador de **RUFAS** (Red de Útiles Financieros Alternativos). La organización participa desde sus inicios en el **Foro Social Mundial**, formando parte activa de las **Redes Promotoras de Economía Solidaria**, representando a **IFAT** y a varias redes de Economía Solidaria en su Consejo Internacional.).

### 3. LOGROS 2007

En el año 2007 IDEAS impulsó el conocimiento y consumo responsable de Comercio Justo en España a través de la campaña **BIO&Justo**. Esta campaña, que ya se integra en las principales vías de trabajo tanto educativas como de investigación y comerciales de IDEAS, nos pone en la vanguardia de una de las tendencias con más futuro dentro del movimiento de Comercio Justo.

IDEAS consiguió que la **nueva Ley de Contratos del Sector Público** incorpore tres nuevas enmiendas sobre Comercio Justo y criterios éticos. Enmiendas que fueron redactadas por el departamento de Compra Pública Ética de IDEAS y defendidas ante el Congreso por la CECJ e IDEAS.

Durante el 2007 IDEAS lanzó el proyecto europeo **Ciudades por el Comercio Justo** para fomentar la inserción de criterios de comercio justo en el consumo y las compras de las administraciones, comercios, empresas y otras instituciones públicas y privadas. IDEAS es la coordinadora nacional de este proyecto apoyado por la Comisión Europea.

Durante el 2007 IDEAS desarrolló el portal <http://www.comrapublicaetica.org/>, una herramienta concebida para facilitar información y guía a las administraciones públicas sobre consumo responsable. La Compra Pública Ética hace referencia a los contratos públicos que introducen criterios éticos relativos al cumplimiento de convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores, lucha contra el trabajo infantil, dando preferencia en sus compras a aquellos proveedores y productos que apuestan por criterios o estándares más exigentes, como son los estándares de Comercio Justo.

IDEAS dio seguimiento al Programa de Contratación Pública Ética y Ecológica de la **Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía**. También desarrolló el Programa de Contratación Pública Responsable en la empresa pública andaluza **EGMASA** y firmó el convenio con la **Diputación de Córdoba** para la promoción de la Compra Pública Responsable. IDEAS organizó, durante el 2007, junto con la organización Bakeaz, las **I Jornadas de Contratación Pública Sostenible del Ayuntamiento de Madrid**

También cabría destacar el desarrollo de la **metodología para talleres educativos** a través del programa "Solidaridad Tarea de Todos y Todas" en la provincia de Córdoba, la **asistencia técnica a productores de textil** con el apoyo de *Diseño para el Desarrollo* y la **participación en el grupo de monitoreo de EFTA** que construye los indicadores para el cumplimiento de los criterios de comercio justo por los productores de todo el mundo.

En mayo del 2007 IDEAS organizó en Córdoba el **VIII Encuentro de Economía Alternativa y Solidaria**, el evento reunió a más de 100 organizaciones sociales, españolas e internacionales, interesadas en fortalecer lazos, sinergias y dinámicas de coordinación en el ámbito de la **Economía Solidaria, el Comercio Justo, el Consumo Responsable y las Finanzas Éticas**, congregando en su octava edición a profesionales del sector en Brasil, Camboya, Francia, Inglaterra, Italia, Kenia, México, Senegal y España.

Durante 2007 **IDEAS** fue la organización elegida para **presidir IFAT Europa**. IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo) es la entidad de mayor representatividad del Comercio, una red mundial constituida por 300 organizaciones aproximadamente de más de 61 países, que tiene por objetivo la promoción de los estándares del Comercio Justo, favorecer el desarrollo de nuevos mercados y la creación de una plataforma para la interacción y construcción de redes entre las organizaciones miembros.

Un año más IDEAS logra un **resultado económico positivo** superando exitosamente los inconvenientes propios de afrontar las inversiones y realizar la mudanza a una nave más grande. Del mismo modo, se va consolidando una nueva estructuración interna para reforzar algunos aspectos de la gestión IDEAS y potenciar así el desarrollo del Comercio Justo en el estado español.

Así, el inmovilizado aumenta en más de un 12% con respecto al 2006 y el Activo total en más de un 11%, mejorando los ratios de tesorería y deudores.

La mudanza definitiva a nuestras nuevas instalaciones y la nueva estructura organizativa han reforzado aún más a IDEAS como proyecto económicamente viable y rentable, requisito imprescindible para poder seguir trabajando en proyectos cada vez más ambiciosos, seguir impulsando el Comercio Justo en España y, en definitiva, seguir apoyando a los grupos productores del Sur y haciendo realidad Otro Mundo Posible.

#### **4. ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO Y COOPERACIÓN COMERCIAL**

IDEAS mantiene una relación especial con las organizaciones de comercio justo del Sur, no solamente como proveedores de productos sino como socios reales en actividades comerciales, de cooperación, políticas y educativas.

Mediante el Comercio Justo, IDEAS facilita los medios y las oportunidades para que las organizaciones de Comercio Justo del Sur puedan desarrollar sus productos y comercializarlos en el mercado local e internacional según los criterios del Comercio Justo definidos por IFAT. IDEAS capacita a las organizaciones productoras, sensibiliza, importa y distribuye los productos de Comercio Justo sin ánimo de lucro. IDEAS en coherencia con su misión y con el ánimo de favorecer las economías y sociedades de las organizaciones de Comercio Justo del Sur, distribuye los productos procedentes de la cooperación comercial a través de una amplia red de más de 500 clientes (Tiendas de Comercio Justo, pequeños comercios, asociaciones vecinales, cooperativas de consumo, colegios, ecotiendas, ONGs, etc)

En 2007 las ventas netas de IDEAS (a precio mayorista sin IVA) ascendieron a 2.365.379€, lo que representa un incremento del 9% respecto al año anterior.

IDEAS trabaja directamente con más de diez grupos productores de artesanía de Asia, América y África, comercializando más de 1000 productos diferentes que han sido elaborados artesanalmente siguiendo técnicas tradicionales, utilizando los recursos naturales locales y respetando el medioambiente y la identidad cultural de cada comunidad. La mayoría de estos grupos son organizaciones de base que se ubican en zonas marginales, zonas rurales y periferias que trabajan con sectores particularmente desfavorecidos de la población local. IDEAS asiste a estos grupos a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios. Entre los programas de cooperación relacionados con el Comercio Justo destacamos los siguientes durante el 2007:

##### **4.1.1. Proyecto de apoyo técnico a Afesip Fair Fashion (12 meses), Camboya**

Con el apoyo financiero del ayuntamiento de Córdoba y el de Casares se ha implementado el proyecto: **“Víctimas por ser mujeres y ser pobres”, empoderamiento social y económico de mujeres y menores, víctimas de explotación sexual en Camboya: rehabilitación de las mujeres en programas productivos de la Organización de Comercio Justo AFESIP** cuyos principales objetivos son: contribuir a combatir la explotación sexual y el tráfico de mujeres y niños para la explotación sexual, principal lacra social en Camboya, y atender y rehabilitar a aquellos rescatados de la esclavitud sexual. La intervención específica del proyecto es aumentar la formación profesional que permite la reintegración en la comunidad.



(Imagen: Trabajadoras de Afesip, Camboya)

El objetivo es devolver a las víctimas de la explotación sexual (frecuentemente con agravante de situación de esclavitud sexual) a una vida social normal a través de un proceso de rehabilitación reparador y de un programa de reinserción sostenible. Este programa se centra en la independencia financiera y en la reintegración en la familia o en la comunidad de cada residente. El proyecto contribuye además, de forma transversal, a un empoderamiento de la mujer y de las niñas, víctimas principales de explotación sexual, a través del fortalecimiento de su autoestima, su rehabilitación en el tejido social y su reintegración económica a través de proyectos productivos de Comercio Justo en el sector artesanal.

#### 4.1.2. Proyecto de apoyo técnico a Afesip Fair Fashion (12 meses), Camboya

Se ha empezado a implementar la fase dos del proyecto mencionado más arriba: “**De mujer explotada a mujer artesana**”, **capacitación técnica en producción artesanal y corte/confección de mujeres víctimas de la explotación sexual en Camboya**”, cuyos principales objetivos son: contribuir de forma transversal a un empoderamiento de la mujer y de las niñas, víctimas principales de explotación sexual, a través del fortalecimiento de su autoestima, su rehabilitación en el tejido social, y su reintegración económica a través de la mejora de la estructura organizativa y funcionamiento técnico de **AFESIP Fair Fashion**, proyecto productivo de corte/confección artesanal, comercializado a través de las redes del Comercio Justo. La intervención busca lograr una mejora integral del programa y el taller productivo de AFESIP Fair Fashion, profesionalizando y racionalizando la gestión productiva, organizativa, administrativa y comercial, para mejorar la viabilidad y sostenibilidad del programa y el taller productivo a medio y largo plazo.

#### 4.1.3. Proyecto de ayuda humanitaria a AFESIP (6 meses), Camboya:

Primera acogida en el Centro Sreykhan Drop-in and Repatriation Center en Phnom Pengh y en el centro Kompong Cham Center (para niñas, menores de 18 años) en Camboya: asistencia de emergencia a mujeres y menores víctimas de la explotación sexual con servicios de asistencia primaria. Los centros de internado están ubicados en Phnom Penh y en la provincia de Kompong Cham. Son centros de acogida que reciben víctimas rescatadas de la esclavitud sexual a través del Ministerio de Asuntos Sociales. A los residentes se les proporciona alojamiento en un ambiente de seguridad, apoyo, y la primera asistencia médica y psicológica. En el caso del centro de Kompong Cham, en la provincia con el mismo nombre, se acogen a las menores de 18 años.

#### 4.1.4. Proyecto Jóvenes Cooperantes del Ayuntamiento de Córdoba (6 meses):

- IDEAS ha recibido una **subvención por parte del Ayuntamiento de Córdoba para enviar un/a joven cooperante a un proyecto productivo** en el Sur; la beneficiaria de la beca ha sido María Ángeles Aguilera Otero que trabajará durante 6 meses en la organización Creative Handicraft en Mumbay, India. Desde octubre de 2007 hasta abril de 2008.
- **Otras Acciones de cooperación técnica previstas en el ámbito del Convenio con el Ayuntamiento de Córdoba.** Se han realizado 4 misiones de asesoramiento o apoyo técnico a organizaciones del sur:
  - **Misión de los técnicos de la ONG Diseño Para el Desarrollo (DPD) de Madrid:** para desarrollar nuevas colecciones de textil en las organizaciones Creative Handicraft (Mumbay, India) y Mahaguti (Katmandú, Nepal), para la colección 2008/2009 (*en imagen modelos con parte de la colección*).



- **Misión institucional/comercial de IDEAS:** el presidente, el coordinador general y un técnico de IDEAS han visitado a las estructuras productivas de Tecnoazúcar, empresa elaboradora y proveedora del ron Liberación
  - **Diagnóstico de necesidades y capacidad productiva de organizaciones en Kenia:** La responsable de cooperación y la responsable de la artesanía de IDEAS han viajado a las siguientes organizaciones para un diagnóstico de su capacidad productiva y sus necesidades:
    - **Undugu Society of Kenya** (Nairobi, Tabaka, Kenya);
    - **Smolart Self Help Group** (Tanaka, Kenya);
    - **Mango True Mirage** (Wetaa, Machakos, Kenya);
    - **Bombolulu Workshops** (Mombasa, Kenya)
  - **Seminario internacional de desarrollo de productos** en Bagamoyo (Tanzania) con las siguientes organizaciones africanas:
    - **Prescraft** (Bamenda, Camerún);
    - **Mikono** (Dar Es Salaam, Tanzania);
    - **Machakos District Cooperative Union** (Machakos, Tanzania);
    - **Getrade** (Accra, Ghana).
    - **Undugu Society of Kenya** (Nairobi, Tabaka, Kenya);
    - **Bombolulu Workshops** (Mombasa, Kenya)
- **Diagnóstico del grupo productor Federación Campesina del Cauca (Colombia):** el diagnóstico ha proporcionado mucha información útil para mejorar el trabajo con este grupo y para enfocar acciones concretas respecto a sus necesidades en coordinación con los objetivos de IDEAS.

#### 4.1.5. Proyecto de formación técnico-productiva en Tanzania y Kenia

El sector artesanal africano es un sector particularmente débil, a causa de diversos factores: escasa formación, acceso limitado a la información, dificultad de adaptación a los estándares de calidad exigidos por el mercado, problemas logísticos etc. CTM (Organización europea de Comercio Justo) ha establecido una estrategia de amplio espectro para comprender y afrontar el problema. El proyecto que desarrolla IDEAS de formación técnico-productiva en Tanzania y Kenia se inserta dentro de dicha estrategia. El objetivo fue informar y capacitar técnicamente a los representantes de varias organizaciones africanas. IDEAS participó en este proyecto, junto con CTM, como contraparte en España.

Las organizaciones africanas participantes fueron:

1. **Mikono**, Tanzania: Se dedica a la producción y comercialización de productos artesanales: objetos decorativos, instrumentos musicales y accesorios para el hogar. Trabaja con grupos de artesanos de todo el país. Exporta a Europa, los Estados Unidos y Japón. Es miembro de IFAT.
2. **Bombolulu Workshops**, Kenya;
3. **Machakos District Cooperative Union**, Kenya: Se dedica a la comercialización de productos artesanales: objetos decorativos, accesorios para la casa, cestas de sisal y accesorios de moda. Trabaja con más de 20 grupos de mujeres y 6 cooperativas de artesanos. Organiza programas de capacitación y desarrollo de productos. Exporta a 11 países. Es miembro de IFAT.
4. **Undugu Society of Kenya**, Kenya
5. **Prescraft**, Camerún: Se dedica a la producción y comercialización de productos artesanales: cestas, cerámica, instrumentos. Es una ONG constituida en los años 60 por los presbiterianos suizos. Tiene como principios básicos la preservación de la tradición local y el empleo de centenares de artesanos. Es miembro activo de IFAT.
6. **Getrade**, Ghana: Se dedica a la comercialización de productos artesanales: objetos decorativos, esculturas, instrumentos musicales, cestería y accesorios para el hogar. Es miembro de IFAT.
7. **Prescraft** (Bamenda y varios centros), Camerún



8. **Machacos District Cooperative Union** (Machakos), Kenya: el proyecto parece tener un potencial comercial interesante aunque no se desarrolló en profundidad ningún monitoreo acerca de sus principios éticos.
9. **Getrade** (Accra), Ghana: el proyecto parece un poco débil tanto bajo un punto de vista comercial (tienen muchísimos productos sin un criterio claro de selección) como organizativo ya que la gestión está centralizada en la fundadora alemana que no está muy abierta a la participación.

Se visitaron los grupos de Kenya que formaron parte del taller de desarrollo de productos la semana siguiente en Tanzania. Estas visitas resultaron útiles para preparar un diagnóstico sobre las condiciones en las cuales las organizaciones operan y poder trabajar esos aspectos durante los talleres posteriormente.

La **metodología** utilizada ha sido la de entrevistas individuales en profundidad con personas clave de la organización empleando el "EFTA evaluation scheme" un formulario de evaluación ética elaborado por EFTA (European Fair Trade Association), y utilizado por todas las organizaciones europeas de comercio justo.

Viajamos hasta Tabacca (Kenya), la población donde están ubicados la mayoría de artesanos de piedra jabonosa (uno de los principales productos que comercializa Undugu).

Tabacca es una pequeña población de aproximadamente unas 100 casas. La mayor parte de la población está involucrada en el proceso de la piedra jabonosa. La calle principal de la ciudad está llena de pequeños comercios repletos de estatuillas de piedra, de todos los tamaños y colores. Hombre y mujeres se han repartido el trabajo, y la comunidad vive intensamente la actividad artesanal. Las pequeñas canteras de piedra están ubicadas en la misma localidad cuyos propietarios son los propios habitantes de la comunidad. La capacidad de producción es buena y tienen muy bien organizado el trabajo.

### Undugu Society of Kenya

Organización sin ánimo de lucro fundada en 1973. Tiene como objetivo principal facilitar, junto con otras organizaciones, el desarrollo social y económico de los niños, jóvenes y otros grupos que se encuentran en una situación de marginación. Undugu trabaja con estos grupos para conseguir una mayor dignidad y autoestima, así como la sostenibilidad de la organización.

El grupo de trabajo principal de esta organización son los niños y jóvenes marginados. Undugu trabaja principalmente en los *slums* o barrios de chabolas de Nairobi. Undugu también apoya a pequeños grupos y cooperativas artesanas asesorándolas en la comercialización de sus productos en los circuitos de comercio justo.

En general se puede apreciar un alto compromiso de la organización respecto a temas sociales locales (niños de calle, huérfanos, rescate y rehabilitación), en el contexto de una ciudad como Nairobi. Su intención es crear una realidad productiva en las áreas rurales para prevenir el éxodo de muchas personas hacia la ciudad donde no hacen sino aumentar las filas de indigentes. En este marco se inserta el desarrollo del comercio justo.



( imagen: artesano de Undugu)

La segunda visita fue a **Mango True Mirage**, en la provincia de Machakos, en la población de Masii. Esta organización tiene la peculiaridad de tener sus propias oficinas en una pequeña población rural, al lado de los artesanos, en contacto directo con la comunidad.

## Bombolulu Workshops

La tercera visita en Kenya fue a **Bombolulu**, una organización muy interesante y sólida donde todos los miembros de la organización son disminuidos físicos. Es un proyecto que irradia esperanza, dignidad y esfuerzo.

Visitamos los talleres de bisutería, costura, madera y cuero, todos están muy bien organizados.

Su objetivo es permitir a personas con deficiencias físicas superar sus limitaciones insertándolas social y económicamente de forma que se integren y se sientan miembros activos de sus comunidades. Los precios justos permiten que se continúe desarrollando la capacidad máxima de mano de obra, proporcionando a los trabajadores y a sus familias buenas condiciones de vida, con la ayuda de una cuota en la escuela, ventajas para la jubilación y una renta mensual segura. En 1994 Bombolulu desarrolló también un centro cultural que educa a visitantes y a grupos étnicos sobre la cultura de Kenia con actividades como demostraciones de danza, etc.

Es una organización sólida, bien organizada y con un valor ético y social altísimo. Es realmente un proyecto que repercute en la sociedad, que es capaz de cambiar su entorno y de ofrecer una alternativa de vida para personas que claramente quedarían en los márgenes de la sociedad africana.



(imagen: artesano de Bombolulu)

### 4.1.6. Proyecto de capacitación técnica y desarrollo de la colección textil primavera-verano 2008 en India y Nepal

Proyecto dirigido a **Creative Handicraft** en India y **Mahaguthi Craft with Conscience** en Nepal. Antes de la misión en el terreno, se realizaron 10 sesiones de trabajo entre Diseñadores para el Desarrollo (DPD)-IDEAS para formar a los jóvenes diseñadores sobre las particularidades del CJ, así como sobre cuestiones culturales y laborales de los productores de CJ en el Sur. Así mismo, se estudiaron las necesidades de las tiendas de CJ, las tendencias del mercado y las capacidades y materia prima de los productores. Con dicha información, se elaboró una colección muy cuidada y coherente, de patrones bien definidos.

Ya en India, las diseñadoras mostraron las muestras a los trabajadores de Creative que hacen los prototipos para que valorasen los modelos y propusieran cambios distintivos en la colección.

Se elaboraron los patrones de cada pieza, con el apoyo de Chad, el patronista de Creative. En base a las confecciones que se mostraban se corregía cada una de las piezas. La segunda etapa fue la selección de los tejidos en el mercado local. Creative tiene identificados proveedores que le suministran telas de confección local, libres de contaminantes químicos como PCP y AZO. Las diseñadoras eligieron los tejidos, teniendo en cuenta la carta de color elaborada en base a las nuevas tendencias para primavera 2008, básicamente verdes, turquesas, marrones y rosas.

Después de escoger los diferentes tejidos para cada uno de los modelos, se confeccionaron nuevamente todas las piezas, en algunos casos se volvieron a corregir los patrones, ya que cada prenda variaba según el tipo de tejido (una tela con mayor caída puede representar que el top quede muy amplio y por tanto haya que recortar el patrón).

Algunas prendas llevan detalles como impresos, bordados, etc, típicos de la cultura India, de esta forma, la colección adquiere el toque especial del país de origen. La mayoría de estos detalles son propuestos por el equipo de Creative.

Cuando las piezas ya quedaron definitivamente aprobadas, se pasó a la tercera etapa que es la confección de todos los patrones en escala para las diferentes tallas; desde la talla S hasta la XL. Para niños las tallas de 2, 4 y 6 años. En este momento fue necesaria especial atención puesto que muchas veces el tallaje propio de la India es mucho más pequeño en comparación al tallaje europeo.

La última etapa correspondió a la confección de las fichas técnicas de cada una de las piezas, la ficha estándar incluye la foto de la pieza, un nombre para su identificación, la codificación de Creative, los diferentes tejidos con los que se puede confeccionar, gama de colores, las fornituras, el dibujo del estampado o bordado, las tallas de los patrones y demás características propias de cada prenda.

**En Mahaguthi**, la primera etapa consistió en evaluar cada una de las prendas con los equipos de costureras y diseñadoras; para valorar su confección y, entre todas, encontrar las mejores soluciones. Sumitra, la diseñadora, organizó el trabajo y repartió las muestras de las prendas a los diferentes equipos de patronistas y costureras, de esta forma se familiarizaban con las prendas y aportaban su experiencia en la confección de las mismas.

Se realizó una muestra de cada prenda, y con las estas terminadas se confeccionaron los prototipos. Cuando los prototipos quedaron aprobados se comenzó la selección de telas para cada una de ellos.



IDEAS siempre insistió en alcanzar alta calidad en la producción, buscando una terminación bien acabada de las costuras, el corte, etc. Otra actividad importante de la visita fue la corrección de patrones de otras piezas de Mahaguthi, puesto que en muchas ocasiones trabajan con medidas que no se ajusta a las tallas europeas.

( imagen trabajador de Mahaguthi)

#### 4.1.7. Programa de asistencia formativa y técnica a Artissal (Guinea Bissau-Africa)

##### Contextualización

Esta misión técnica se enmarca dentro de un proyecto más amplio e integral, que comienza en 2001 con la colaboración entre CIDAC-Portugal e IDEAS para la formación sobre comercio justo y conceptos básicos de gestión, producción y comercialización. Es en 2004 cuando IDEAS asume la misión de identificar grupos productores y productos con alta potencialidad para su inserción dentro de CJ. Esta tarea se realiza conjuntamente con CIDAC y con la contraparte local INEP.

No es hasta 2005 cuando CIDAC presenta un proyecto integral de apoyo a las comunidades de productores de Guinea Bissau. La Comisión Europea lo aprueba en el 2006 y es entonces cuando la asociación Artissal se constituye.

Guinea Bissau es un joven estado, cuya independencia hace apenas 30 años, es demasiado reciente para que su población original haya recuperado la iniciativa empresarial, social y cultural.

Guinea Bissau cuenta con 1 millón de habitantes, de los cuáles el 64,7% es pobre. Las tasas de desempleo son altísimas, especialmente en las zonas rurales. La lengua oficial es el portugués aunque existen más de 12 dialectos diferentes según las diferentes etnias.

Las iniciativas de CJ en Guinea Bissau, y en todos los países del PALOP en general, son prácticamente inexistentes. El tejido productivo del país y el potencial de integración en la red de CJ presenta múltiples fragilidades, tanto a nivel organizacional (unidades familiares muy pequeñas, aisladas y dispersas unas de otras), como limitaciones de orden estructural (por la propia situación del país, cuyas infraestructuras limitan el acceso a determinadas zonas en la época de lluvias –6 meses al año-) etc.

Económicamente Guinea Bissau, es en estos momentos el décimo país más pobre del planeta, y depende totalmente de un único producto: el cajú. Toda el área es un monocultivo de cajú (es una planta que no requiere cuidados, y que para sus pobladores supone sólo el trabajo de recolectarlo de mayo-junio). Sin embargo, es un árbol con efectos muy negativos para el suelo (las hojas que caen tardan mucho en pudrirse) y no aporta valor añadido en el país. Al carecer de tecnología para su procesamiento, se ven obligados a exportar el anacardo a India. El 2007 fue especialmente malo porque el gobierno prometió pagar el kilo a 500 francos sefas (precio normal era 350), pero esto provocó que los compradores buscaran fuentes más económicas –como Honduras- y los campesinos finalmente se vieron obligados a malvender a 50 francos sefas. 1euro=650 francos sefas.



### Descripción del grupo productor beneficiario del proyecto

Artissal es una asociación constituida por 11 tejedores de textiles tradicionales. Pertenecen a la comunidad indígena de la región de Biombo. La mayoría son analfabetos, no saben ni leer ni escribir portugués o criollo. Aunque es una organización muy joven (menos de 2 años de vida) y a pesar de sus debilidades organizativas, se aprecian signos de empoderamiento en los artesanos.

Respecto al producto que elaboran: paños en telar con tintes naturales, tiene un contenido cultural muy importante. En 1993 empiezan a aparecer los paños de colores en forma de 6 bandas. Su valor varía según la medida y el grosor. Los nacionales valoran mucho el paño grueso y los extranjeros el fino. Las bandas tradicionales son de 33 cms. En Artissal se han introducido telares de 1 metro. Todo el ciclo de vida de los papeles (etnia) y los manllacos (etnia) está unido a los paños. Así por ej., en los entierros manllacos, cuanto más paños tiene encima el difunto, se interpreta que éste fue más querido e importante.

IDEAS impartió diferentes talleres sobre comercio justo y realizó un trabajo conjunto para determinar el nivel de seguimiento y comprensión. Así mismo, se organizaron talleres sobre calidad, desarrollo de productos, estructuras de costes, etc.

#### 4.1.8. Programas de formación para el sector artesano en América Latina

Por segundo año consecutivo, la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía ha llevado a cabo el Curso “El Comercio Justo como alternativa de mercado para el sector artesano latinoamericano” con la participación de IDEAS.

La acción formativa se realizó en los tres Centros de Formación (CIFs) que la Cooperación Española tiene en Latinoamérica, siendo la misma en todos ellos puesto que identificamos una necesidad de formación similar en Comercio Justo en toda la región. Los cursos han estado dirigidos a funcionarios públicos con competencias en materia de artesanía, técnicos de entidades no lucrativas que trabajan con artesanos y a profesionales artesanos. Nuestro objetivo ha sido ofrecer las pautas y herramientas que permitan a los artesanos más desfavorecidos participar en el mercado en condiciones equitativas y dignas.

##### 4.1.8.1. PROGRAMA DE FORMACIÓN CON AECI EN BOLIVIA

Se trabajó en la identificación de los puntos débiles y fuertes, así como en la propuesta de diferentes tácticas para articular un plan estratégico en el sector.

Se identificó la artesanía como símbolo cultural capaz de convertirse en motor competitivo, empleando los modos tradicionales de elaboración bien equilibrados en el contexto social y no dañinos con el medio ambiente. Esta premisa es la base para la elaboración de un plan estratégico que les ayude a revalorizar el sector artesanal y les haga capaces de superar las barreras comerciales propias de un sector desmembrado. Así, se hizo hincapié en el trabajo en red con organizaciones de economía solidaria, en el desarrollo del turismo relacionado con la artesanía y en la profesionalización de los canales de gestión e información entre otros aspectos.

##### 4.1.8.2. PROGRAMA DE FORMACIÓN AECI EN GUATEMALA

Además de impartir el curso, se aprovechó para visitar a grupos productores de CJ: COIPALMA y Ajquen.

COIPALMA, Cooperativa integral de Producción Artesanal Palma Quique.

La oficina de la cooperativa se encuentra localizada en la cabecera departamental del municipio de Santa Cruz del Quiche, a 165 kms. de la ciudad capital de Guatemala. La cooperativa fue constituida el 21 de agosto del año 2001 y obtuvo su personalidad jurídica el 23 de noviembre del año 2001, por el Instituto Nacional de Cooperativas –INACOP. La cooperativa inició operaciones en enero del año 2002, por la iniciativa de 42 artesanos socios, en su mayoría mujeres amas de casa y artesanas provenientes de las comunidades del municipio de Santa Cruz del Quiche y San Pedro Jocopilas. COIPALMA es el resultado de la ejecución de un proyecto de FUNDAP desde noviembre de 1999 a diciembre del 2001, la cooperativa inició su actividad con un patrimonio donado por FUNDAP.

El proyecto ayuda a las mujeres indígenas en las comunidades en las que existe la tradición de trabajar con la fibra de palma. En algunos municipios del departamento de El Quiche, es tradición que las mujeres trabajen con la fibra de palma ya que, desde pequeñas, les enseñan ese arte, pero en ciertas épocas del año la venta de sombreros es muy baja, los productores no compran materia prima y eso perjudica a las mujeres. Así, deben aprender a elaborar otro tipo de productos con la fibra para generar unos ingresos que contribuyan a la economía familiar. Este proyecto tenía como objetivo la diversificación de productos y de líneas de producción para contribuir con el autodesarrollo sostenible del sector artesano de El Quiche.

El 99% de los asociados eran provenientes del área rural en que se trabajó proporcionando capacitación en diferentes temas empresariales y sociales para sus comunidades. También se asistió técnicamente en la elaboración de nuevos diseños para lograr una mayor especialización de las artesanas.

La cooperativa imparte capacitación a los artesanos en diferentes temas económicos y sociales, así como para los beneficiarios de microcréditos en el idioma kiche.

La organización de la cooperativa está integrada por el Consejo de Administración que lo conforman 5 asociados (4 mujeres y 1 hombre), que es el encargado de dirigir las actividades. El Comité de Crédito y Educación (3 mujeres), analiza y da resoluciones a las operaciones de crédito y actividades sociales dentro de la cooperativa; y la Comisión de Vigilancia (3 mujeres) encargada de la fiscalización de las operaciones de la cooperativa.

Actualmente la cooperativa está integrada por 81 socios inscritos productores de la artesanía de fibras naturales. 66 de los asociados son mujeres productoras y 15 hombres beneficiarios del servicio de microcrédito, todos ellos procedentes del área rural de las diferentes comunidades de los municipios de Santa Cruz del Quiche y San Pedro Jocopilas.

#### 4.1.8.3. PROGRAMA DE FORMACIÓN AECI EN COLOMBIA



Con motivo de la participación como ponente en el curso de la Fundación para la Artesanía en Cartagena de Indias, IDEAS visitó a nuestros productores de café en la región colombiana del Cauca. Se visitó la FCC (Federación Campesina del Cauca), proveedora de nuestro café de Colombia y convertida en uno de nuestros principales grupos productores, por su nivel de facturación, por la importancia de este producto en el movimiento e historia del comercio justo y por las dificultades que entraña Colombia como país en conflicto desde hace más de cuarenta años.

FCC agrupa 37 cooperativas, formadas por un total de 700 familias de 6 municipios del Cauca. Es una organización de segundo grado. Tienen una producción de 800.000 kilos de café. Con el apoyo de diferentes ONGS (ej: USAID) se está llevando a cabo el aumento de la producción ecológica. Casi todos los productores siguen este método de producción aunque muy pocos están certificados. Otro de los trabajos más importantes a nivel productivo ha sido el de la Seguridad Alimentaria. En todas las parcelas se cultivan diferentes productos para el autoconsumo y la venta en el mercado local. Algunos de estos productos son aguacate, plátano, maíz, yuca, piña...

De los 9000 sacos que producen, 6000 lo venden al comercio justo y 3000 al comercio tradicional.

La participación dentro de FLO se estima muy importante para la Federación Campesina del Cauca, aunque sostienen algunas críticas en cuanto al coste y a la burocracia de los informes para sostener el sello. En 1996 FCC se inscribe en FLO. El coste de la certificación es de 3200 euros al año. El mayor problema que están viviendo los cafecultores colombianos, en los últimos años es la devaluación del peso.

IDEAS aprovechó el viaje a Colombia para visitar a otras tres organizaciones COSURCA, EXPOSURCA y CENCOIC y comprender mejor las dificultades de trabajar en una zona tan conflictiva donde la población es golpeada constantemente por actos de violencia y amenazas por parte de las fuerzas militares y paramilitares. Los campesinos amenazados son obligados a abandonar sus tierras y refugiarse en las ciudades condenándolos a la más grande miseria. COSURCA agrupa a 1200 Productores de 9 municipios en el sur del Cauca y realiza un importante trabajo en zonas de conflicto, trabaja en la sensibilización de los campesinos para que dejen los cultivos ilícitos y comercialicen otros productos como café orgánico y comercio justo. **EXPOCOSURCA** nace para reducir intermediarios, es una organización transparente que realizan servicios de exportación para otros grupos con muy buen servicio al cliente. **CENCOIC** lo forman 1300 Productores sensibles al desarrollo de grupos indígenas que producen un café de gran calidad.

## 5. SENSIBILIZACIÓN PARA EL COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE

### Introducción

IDEAS desarrolla una parte fundamental de su trabajo formando y educando sobre el Comercio Justo y el Consumo Responsable mediante Campañas de Sensibilización, Cursos de formación y actividades educativas.

Las campañas que realizamos tienen como **objetivo general incidir en el cambio de actitudes y la conducta de las personas, colectivos y entidades que integran la sociedad**, fomentando una transformación en las esferas: social, política y económica.

### IDEAS:

- **Informa** sobre los problemas específicos del sector tratado en cada campaña, denunciando los impactos y las violaciones a los derechos humanos causadas por un sistema económico que incrementa la desigualdad norte-sur.
- **Fomenta el consumo responsable** y el comercio justo haciendo visibles las alternativas existentes y sensibilizando a un amplio sector de la población consumidora, que incluye a:
  - ciudadanos y ciudadanas
  - organizaciones y agentes económicos privados (empresas)
  - administraciones públicas
- **Influye en los gobiernos y políticas** nacionales, europeas y mundiales, a través de la educación para la responsabilidad social e individual.
- **Asesora a las empresas** para animarles en su responsabilidad social.
- Fortalecer las iniciativas ya emprendidas en cada sector y **crea sinergias** entre los agentes de transformación cohesionando los debates y favoreciendo una propuesta integral, a través de **redes de acción social**.

### 5.1 CAMPAÑA 2007

#### Bio&Justo: Fomento de los Criterios Bio y Justo en el Consumo Responsable



En las últimas décadas, se ha podido observar una formidable aceleración de los intercambios mercantiles. Pero los beneficios de este crecimiento están distribuidos de manera muy desigual y permanecen poco visibles o ausentes en muchos países del mundo.

Con esta campaña evidenciamos que gran parte de los impactos ambientales de nuestro entorno son provocados por el sistema socio-económico dominante. Las grandes transnacionales se suministran de fábricas ubicadas en países del Sur donde las legislaciones laborales y ambientales son más permisivas y usan a estos países como graneros, expoliando sus recursos naturales y utilizando procesos productivos y comerciales que ocasionan graves impactos negativos tanto en lo social como en el medioambiente.

Consideramos entonces que **sensibilizando y educando a favor de la producción y el consumo de productos y servicios con criterios ecológicos y de Comercio Justo, seremos capaces de despertar la conciencia de los/as ciudadanos/as para favorecer un mercado y una economía más justa y sostenible**, que ayude a minimizar los impactos negativos del sistema de comercio convencional, por ser ecológicamente insostenible y socialmente injusto. A través de la campaña Bio&Justo queremos favorecer un modelo en el que sostenibilidad económica, social y ambiental estén íntimamente ligadas, creando sinergias que garanticen un desarrollo más que sostenible; un desarrollo integral: económico, humano y ambiental.



*(Imagen: Mayte Hernández, Coordinadora de la Campaña Bio&Justo durante la presentación de la campaña en la tienda IDEAS de Córdoba, julio 2007)*

### Actividades

Las principales actividades que hemos realizado este año durante la campaña han sido la organización de las **Jornadas Técnicas para el Fomento de los Criterios Bio & Justo en el Consumo Responsable**; que tuvieron lugar los días 16 y 17 de Noviembre en Toledo. A éstas jornadas acudieron unas 70 personas de todos los rincones de España. Cabe destacar el alto nivel técnico y pedagógico de los ponentes que trataron sobre sellos de calidad, certificaciones, la situación de la población colombiana respecto a los agrocombustibles, sobre los programas Compra Pública Ética y Compra Empresarial Responsable y sobre la forma de trabajar ambos conceptos: Bio & Justo de una manera práctica y sensible al medio educativo.

La otra actividad que cabe destacar fue la visita del socio fundador de la Cooperativa “El Ceibo”, Esteban Tenorio, que ofreció charlas por varias ciudades españolas: Valencia, Cáceres, Córdoba, Montalbán, Plasencia, Badajoz, y Sevilla entre ellas. Así pudimos acercar a un mayor número de personas hacia la realidad de los productores del sur y brindarles la oportunidad de comprender de primera mano, lo importante que es para ellos el Comercio Justo en sus vidas. Otro aspecto que debemos destacar es la implicación de las organizaciones que colaboraron en cada una de las presentaciones que ofreció el representante de “El Ceibo”.

### Evaluación de resultados

Esta campaña ha tenido una amplia difusión mediática a través de internet y entrevistas radiales. Gracias a la magnífica labor realizada por todas las entidades colaboradoras, la campaña se realizó en un contexto social de amplia preocupación por **lo que comemos**, creando sinergias con otras campañas y acciones de sensibilización en esta materia (Transgénicos, soberanía alimentaria), y con acciones de cooperación desarrolladas por IDEAS para el apoyo de grupos de productoras de alimentación de Comercio Justo (café, cacao, arroz, té, algodón, etc)

- En la campaña participaron: Almocafre (Córdoba), Azacán Serso (Castilla y León), CECU (Confederación de Consumidores y usuarios), Setem, Aldea global, La Ortiga (Sevilla), Ortizadar (Pamplona), La Tenda de tot el Món, FAS (Federación Aragonesa de Solidaridad), Red Andaluza de Consumo Responsable, Unión de Consumidores de Andalucía, Triodos Bank (España) y Solidaridad Internacional (Sevilla). Así como numerosas tiendas que solicitaron materiales para pequeñas actividades de sensibilización.



- Se difundieron más de 10.000 revistas de esta campaña, que analizaban la situación que viven hoy en día los pequeños productores de Azúcar y Café.
- Difusión mediática:
  - ruedas de prensa en Madrid, Córdoba, Zaragoza, Valencia, Toledo, Sevilla y Aragón.
  - Más de 20 Sitios web y noticias por internet
  - Visita a la página de Campañas de IDEAS.

La campaña Bio&Justo, que se prolongará hasta finales de 2008, todavía está abierta a la entrada de nuevos socios. Progresivamente se irán desarrollando acciones de sensibilización y educación Bio&Justo en distintas localidades que podrán ampliarse en el futuro con la entrada de nuevos colaboradores.

## 5.2. ACTIVIDADES DE EDUCACION FORMAL E INFORMAL

### 5.2.1. Introducción

IDEAS fomenta estilos de consumo responsable acordes a los principios de equidad, justicia, ética, responsabilidad social, económica y ambiental. IDEAS facilita la reflexión, la crítica y el posterior cambio frente a la situación de desequilibrio mundial a través de la educación formal e informal.

El objetivo es la sensibilización sobre la vía directa de cooperación con el Sur a través del Comercio Justo y el Consumo Responsable, profundizando sobre la influencia del modelo de consumo actual en los procesos de autodesarrollo de los países empobrecidos.

#### IDEAS

- **Informa y sensibiliza** a través de talleres, charlas, videos, conferencias, chocolatadas o debates donde se ofrece la información y las pautas necesarias para iniciar el proceso de cambio en los hábitos cotidianos. Se hace especial énfasis en cómo a través del Consumo Responsable y el Comercio Justo se logra ir disminuyendo la brecha entre el Norte y Sur del mundo.
- **Fomenta el Consumo Responsable y el Comercio Justo** en la población orientándolos a producir verdaderos cambios que conduzcan a un mundo más justo.
- **Crea una red** entre las organizaciones sociales que apoya y fomenta el Consumo Responsable y el Comercio Justo.
- **Capacita y forma** a formadores de formadores que en un futuro multiplicaran y fomentaran un estilo de Consumo Responsable.

### 5.2.2. Educación formal

IDEAS intervino con su guía didáctica **Consumo Responsable y Comercio Justo** en la provincia de Córdoba en el marco del proyecto Solidaridad Tarea de Todas y Todos (STT) en 15 institutos, impartiendo 38 talleres: 19 talleres para II de la ESO, 16 talleres para bachillerato y 3 talleres para I ciclo, participaron 1200 estudiantes y 40 docentes.

- IDEAS participó en la elaboración de la unidad didáctica específica para el I ciclo de la ESO “**Educación en valores**” que en la actualidad es utilizada por organizaciones sociales de Córdoba.
- Reestructuración de la unidad didáctica Consumo Responsable y Comercio Justo para II de la ESO, solicitada como material didáctico por organizaciones sociales en Madrid, Cataluña, Valencia y Granada.
- Formulación de la guía didáctica Consumo Responsable y Comercio Justo para bachillerato solicitada como material didáctico por organizaciones sociales en Madrid, Cataluña, Valencia y Granada.
- Reformulación y edición de la guía de Consumo Responsable y Comercio Justo de IDEAS.

### 5.2.3. Educación informal

- Participación con charlas, exposición y stand en las II Jornadas por la Paz en los barrios: Villarrubia, Poniente sur y Poniente Norte de Córdoba con la asistencia de 300 personas al terminar las jornadas.
- Participación en la Semana de la Solidaridad con talleres en el IES Averroes, con la participación de 60 estudiantes y 4 docentes.
- Jornadas de Voluntariado de la Universidad de Córdoba, con la participación de Almocafre, Ecologistas en acción, Ceraico y Aspaz.
- Jornadas del Comercio Justo, Mayo 12 (CERAICO, ASPAZ, IDEAS, RACR, ALMOCAFRE, VOLUNTARIADO DE LA UCO).
- Feria de la Solidaridad, se contó con el stand donde se exhibieron y vendieron los productos de Comercio Justo, sensibilizando a nuevo público.
- Tejiendo redes: actuación en la comisión de Educación de Córdoba Solidaria programando el "Encuentro de Buenas Prácticas" a realizarse en Córdoba en diciembre del 2008 y asamblea de colectivos locales en apoyo al FSM.
- IDEAS forma parte de la Red Andaluza de Consumo Responsable y Comercio Justo, buscando crear nuevos espacios y fortalecer las sinergias entre los diferentes colectivos sociales.

### 5.2.4. Proyectos

#### Proyecto ejecutado: Acción Vecinal por el Comercio Justo y Consumo Responsable en los barrios Cordobeses

En el marco del proyecto de IDEAS, **Acción Vecinal por el Comercio Justo y Consumo Responsable en los barrios Cordobeses**, participaron las Asociaciones vecinales de los barrios de la Fuensanta, Villarrubia y el Naranjo, del 16 de febrero al 2 de julio 2007, donde se profundizó sobre la influencia del modelo de consumo actual y su influencia en los procesos de desarrollo de los países empobrecidos. Los vecinos debatieron sobre las causas y consecuencias de los problemas del sur, la implicación de los países desarrollados en estas problemáticas y cómo a través del consumo diario irresponsable contribuimos al deterioro del medio ambiente, la sobre explotación de los recursos naturales y la violación en muchos casos de los derechos humanos.



(Imagen: Aleyda Collazos, Responsable de Educación impartiendo un taller)

Las actividades realizadas en el marco del proyecto fueron talleres de sensibilización sobre: Consumo Responsable, Comercio Justo, impacto del Comercio Internacional y de las Transnacionales y reciclaje.

En la **Barriada de La Fuensanta** Se realizaron talleres durante tres días. Los locales de la Fuensanta se vieron engalanados con exposiciones de fotos, paneles explicativos y productos de Comercio Justo.

En el **Barrio de Villarrubia** se contó con la implicación los vecinos. Se demostró que es posible, a partir de las pequeñas acciones desde los hogares, contribuir con la preservación del medio ambiente. El taller de Reciclado contó con el apoyo de la Red Andaluza de Consumo Responsable (RACR) donde los niños, mediante sencillos juegos, aprenden a reciclar y separar los residuos. En el Taller de Consumo Responsable y Comercio Justo, la charla debate giró en torno al Consumo diario, Que Consumimos? Como Consumimos?

y a quien Consumimos? Los asistentes debatieron sobre el impacto que causa el consumo irracional, la huella social y ecológica de cada producto, cómo son hechos estos productos, bajo qué estándares de calidad (utilización de contaminantes, para la tierra y el ser humano, tanto en la producción (abonos, fertilizantes etc.) cómo en su conservación, la violación de derechos humanos, etc. Finalmente se presenta la alternativa de Comercio Justo.

En el barrio **El Naranjo** se trabajaron, a través de talleres y juegos cooperativos, los conceptos de Consumo Responsable y Comercio Justo.

### Valoración general del proyecto

Las actividades programadas dentro del proyecto **Acción Vecinal por el Comercio Justo y el Consumo Responsable**, ejecutado entre el 16 febrero y el 2 de julio del 2007, salieron según lo previsto en sus horarios, fechas y con la participación de organizaciones vecinales y sociales. Se fortaleció la red de organizaciones que apuestan por el Consumo Responsable y el Comercio Justo, y su compromiso para continuar el trabajo en los barrios.

### 5.2.5. Proyectos en ejecución 2007-2008

- Proyecto con el Instituto Municipal de Deportes de Córdoba contra la explotación infantil **MÓDULO DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EXPLOTACIÓN LABORAL DE LA INFANCIA EN EL SECTOR DEPORTIVO Y EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA SU ERRADICACIÓN**: Se han realizado 14 módulos de 2 horas cada uno, con la participación de 7 clubs de deporte.

La implicación de los instructores o profesores de deporte fue importante dentro del taller. Al igual que los niños, muchos profesores desconocen la realidad del mercado convencional y les impacta mucho reconocer que el consumo inconsciente contribuye en gran medida a la explotación de los niños en los países del sur. A través de este proyecto se sensibilizó a 300 niños y 30 entrenadores y se distribuyeron más de 100 balones de Comercio Justo.

- **PROYECTO DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL Y EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA** “*La provincia de Córdoba en la Marcha Global contra la explotación laboral infantil*”. Se trabajó en los pueblos de Montilla, Puente Genil, Espejo y Villafranca. Se han realizado talleres tipo: “Formación de formadores”. En estos talleres se explica cómo luchar desde las aulas contra la explotación infantil. Mediante el manejo de la guía didáctica **Consumo Responsable y Comercio Justo**, se les presenta el Comercio Justo como una alternativa contra esta lacra global.

### 5.2.6. Eventos donde participó el área comercial de IDEAS

El área comercial de IDEAS también participa en encuentros y tareas de sensibilización y formación. Sin ánimo de entrar en detalle, a lo largo del 2007 estas son las citas más destacadas del área comercial.

- Dos encuentros con tiendas y organizaciones de CJ en IDEAS-Madrid. En ellos, compartimos información sobre los productores y presentamos las novedades desarrolladas con ellos.
- Fiesta de Comercio Justo organizada por Setem en Madrid
- Bio-Córdoba
- Biocultura-Madrid con un gran stand de Comercio Justo;
- Actividades que organiza la CECJ en La Casa Encendida-Madrid;
- PPC Food y a la PPC Handicraft, donde se comparte información con otros miembros de Efta en Valencia entre otros.

### 5.3. Programa Ciudades por el Comercio Justo

Durante el 2007, IDEAS ha desarrollado el programa europeo “Ciudades por el Comercio Justo”.

Este programa ([www.ciudadjusta.org](http://www.ciudadjusta.org)) fomenta la inserción de los criterios de Comercio Justo en el consumo y las compras de administraciones, comercios, empresas y otras instituciones públicas y privadas.

El origen del programa se remonta al año 2000, cuando un grupo de voluntarios de diferentes ONGS de Comercio Justo de la ciudad inglesa de Gartang se reunieron e insertaron productos de Comercio Justo en diferentes espacios de la ciudad: colegios, empresas, tiendas, cafeterías, restaurantes, etc gracias al respaldo popular. En el Consejo Local se aprobó finalmente el apoyo y uso de productos de Comercio Justo en la administración. De esta manera, se autoproclamaron la primera Ciudad Justa del mundo. Esta iniciativa poco a poco se fue extendiendo a nivel internacional.

Para conseguir el título de Ciudad Justa se deben cumplir 5 criterios:

1. Compromiso de la administración mediante la aprobación de una resolución favorable al Comercio Justo por parte del Ayuntamiento, y la inserción de productos de Comercio Justo en el consumo interno de las administraciones locales.
2. Compromiso del sector minorista, ofreciendo productos de Comercio Justo en las cafeterías, restaurantes y tiendas locales.
3. Compromiso del sector privado y organizaciones introduciendo productos de Comercio Justo en oficinas y organizaciones para su consumo interno.
4. Comunicación y sensibilización del programa a la ciudadanía.
5. Creación de un grupo de trabajo en la localidad, que vele por que se mantenga el apoyo al Comercio Justo como herramienta de desarrollo global.

Durante el 2007 IDEAS ha lanzado este programa de forma pionera en España, comenzando por varias ciudades de Castilla la Mancha.

Se ha hecho una presentación y una divulgación del programa a:

- La ciudadanía: Se ha asistido a dos ferias en la ciudad de Toledo ( la III Feria del Comercio Justo y la Semana de la Interculturalidad).
- Organizaciones empresariales y sociales
- Los medios de comunicación: el lanzamiento se publicó en diferentes medios, tanto regionales como nacionales.
- Nivel institucional:
  - Se participó en unas jornadas formativas sobre el Consumo Responsable para los técnicos de la Consejería de Bienestar Social, donde se les presentó el programa y las estrategias para favorecer la implicación de las instituciones en el programa y en una Compra Pública Ética.
  - Se llevaron a cabo reuniones con la Concejalía de Cooperación y Solidaridad del Ayuntamiento de Toledo, para estudiar una posible ruta de trabajo hacia un modelo de Ciudad Justa.



## 5.4 VIII Encuentro de Economía Alternativa y Solidaria

Rosa Aguilar, alcaldesa de Córdoba, junto a Mike Muchilwa representando a IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo), Altagracia Villarreal del Consejo Mexicano de Empresas de Economía Solidaria y Christine Gent de IFAT International, entre muchos otros, apoyaron con su presencia el VIII Encuentro de Economía Solidaria y Alternativa, organizado por IDEAS el pasado mayo en Córdoba para impulsar aquellas prácticas socioeconómicas innovadoras que trabajan en el desarrollo de una sociedad más justa y sostenible.

**IDEAS**, organizador del evento desde 1993, planteó el VIII Encuentro desde la transversalidad, ofreciendo espacios abiertos de debate y formación, sobre distintas iniciativas y herramientas que ayudan a contrarrestar las injusticias inherentes a la globalización económica contemporánea y que se anuncian por los participantes como verdaderas herramientas de transformación para el desarrollo sostenible, económico y social.

El Evento reunió a más de 100 organizaciones sociales, españolas e internacionales, interesadas en fortalecer lazos, sinergias y dinámicas de coordinación en el ámbito de la **Economía Solidaria, el Comercio Justo, el Consumo Responsable y las Finanzas Éticas**, congregando en la octava edición del Encuentro a profesionales del sector en Brasil, Camboya, Francia, Inglaterra, Italia, Kenia, México, Senegal y España.

Cabe destacar el interés creciente que están provocando entre los participantes iniciativas incipientes como la banca ética y otros modelos de financiación solidaria. Como novedad, la organización destaca el debate suscitado sobre Certificación Participativa, nuevo modelo de certificación social y ambiental surgido de la necesidad de encontrar fórmulas más económicas y accesibles de certificación a las ofrecidas por los sellos tradicionales de Comercio Justo y Ecológicos en Europa o Estados Unidos. El VIII Encuentro también ha dado la oportunidad de conocer las oportunidades que ofrece el software libre o modelos alternativos de comunicación independiente.

El ayuntamiento de Córdoba apoya desde sus inicios el Encuentro de Economía Solidaria y Alternativa que se celebra en Córdoba desde 1993. La alcaldesa de la capital, Rosa Aguilar, se acercó hasta el Centro Cívico Fuensanta de la ciudad cordobesa para participar en una ceremonia de IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo) escribiendo en la bandera que representa a la Asociación las palabras siguientes “En Córdoba viajamos con vosotros hacia otro mundo posible y necesario”. La bandera que partió desde uno de



los barrios más pobres de Bombay en 2004, lleva años viajando por todo el mundo promoviendo el Comercio Justo y sus ideales como instrumento de desarrollo y de justicia comercial. En esta ocasión, y por primera vez en España, la bandera llegó a Córdoba invitada por IDEAS, para salir montada en un característico carro de la capital hacia Bélgica, donde terminó su simbólico periplo mundial en mayo 2007.

*Imagen: Altagracia Villarreal (Consejo Mexicano de Empresas de Economía Solidaria), Rosa Aguilar, alcaldesa de Córdoba, Christine Gent IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo) y Carola Reintjes, Coordinadora de Relaciones Institucionales de IDEAS y Presidenta de IFAT Europa.*

## 6. CONSULTORÍA E INVESTIGACIÓN

### Introducción

El departamento de consultoría es una herramienta dirigida a administraciones públicas, empresas y agentes sociales, para fomentar la incorporación efectiva del Comercio Justo y los criterios éticos en sus políticas de compra y contratación.

Para ello IDEAS cuenta con una metodología específica, guías técnicas, portales temáticos y la celebración de jornadas y eventos formativos y divulgativos.

Desde el área de investigación del departamento de Acción Social y Cooperación se busca un doble objetivo: por una parte servir de recurso informativo interno, y por otra ser un referente para aquellos que quieran profundizar en todos aquellos temas relacionados con el Comercio Justo y la compra responsable.

Así, la función principal de esta área es la investigación de diversos temas que profundicen en la repercusión social de distintos sectores o aspectos de la economía, desde estudios económicos sobre el comportamiento de las empresas multinacionales, hasta la realidad de los niños y niñas que son explotados en los países del Sur.

De esta forma se busca combinar una perspectiva transversal económico- social. Se pretende dar a conocer la realidad del sistema económico internacional y todas las consecuencias que le rodean. Para ello contamos con un observatorio permanente desde el cual, periódicamente se publican boletines que se centran en investigaciones realizadas sobre diversos temas relacionados con el Comercio Justo.

¿qué es el  
**Comercio Justo?**

- ✓ Desarrollo comunitario y comercial de pequeños productores.
- ✓ Transparencia y gestión democrática.
- ✓ Prefinanciación, relación comercial equitativa y a largo plazo.
- ✓ Precio Justo a los productores.
- ✓ No a la explotación laboral infantil.
- ✓ Equidad de género.
- ✓ Condiciones laborales dignas.
- ✓ Asistencia a grupos productores marginados.
- ✓ Información y sensibilización.
- ✓ Cuidado del medio ambiente.

902 107 191  
www.ideas.coop

FAIR TRADE ORGANIZATION  
FED. OF INTERNATIONAL FAIR TRADE ASSOCIATION

## 6.1. Programa de Compra Pública Ética

El año 2007 ha supuesto la consolidación del Programa de Compra Pública Ética de IDEAS iniciado en 2004 con la adhesión de la organización al **Programa europeo FAIR PROCURA**, en el que trabaja conjuntamente con otras organizaciones europeas para favorecer una contratación pública ética. La labor realizada ha convertido a IDEAS en una de las organizaciones de referencia en la temática y ha motivado que numerosas instituciones del sector público estén implantando criterios éticos y de comercio justo en sus sistemas de contratación.

La incorporación y toma en consideración de criterios éticos en los procesos de **compra pública**, supone una **revolución** respecto a la **forma de consumir** que se estaba llevando a cabo por parte de la Administración. A ello ha contribuido de forma determinante la labor de las organizaciones sociales que, como IDEAS, realizan un trabajo constante de información y sensibilización y el reconocimiento público a nivel europeo y estatal de los beneficios de una contratación pública sostenible en general y del Comercio Justo en particular.

Dentro de las acciones llevadas a cabo, destacamos la continuación de los programas de Compra Pública Ética, social y ambiental en la **Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía** y en la empresa pública andaluza **EGMASA**, en el marco de los cuales se ha realizado asesoramiento para la contratación con criterios de compra responsable, se han ofrecido jornadas formativas y se han editado materiales y contenidos para las intranet de dichas entidades. En el caso de EGMSASA también se ha logrado la inserción de productos de comercio justo en las máquinas expendedoras del edificio acompañado de una campaña de sensibilización e información para los trabajadores.

En la misma línea se ha trabajado con el **Servicio de Publicaciones de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía**, con quien, a través del asesoramiento en inclusión de criterios éticos, sociales y ambientales, IDEAS ha participado en el desarrollo del concepto “**ecoedición**” con el cual, esta institución pública pretende generar y establecer criterios, para el sector público y privado, que puedan garantizar la sostenibilidad de las publicaciones. Dentro de este proyecto, IDEAS organizó una mesa redonda en el marco

de la 25ª Feria Internacional del Libro, celebrada en Barcelona del 3 al 6 de Octubre, en la que se trató el lanzamiento del concepto Ecoedición, promovido por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, y en la que participaron organizaciones de la sociedad civil como Greenpeace, Administraciones Públicas como el Ministerio de Medio Ambiente así como entidades privadas del ámbito editorial

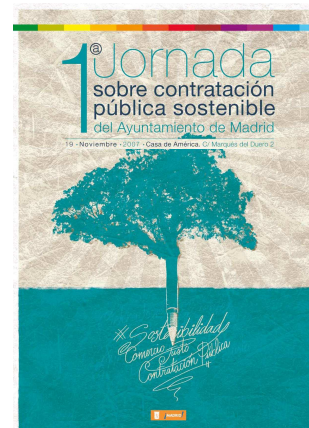


*(Imagen: stand de la Consejería de Medio Ambiente en la Feria del Libro de Sevilla, miembros del Departamento de Publicaciones de la Consejería, el dibujante “El Roto” y Laura Rodríguez Coordinadora de Acción Social y Cooperación de IDEAS, junio 07).*

El desarrollo de los programas se ha realizado en colaboración con la organización **Bakeaz**, especializada en compra verde. También hemos colaborado con dicha entidad para la organización de la **I Jornada sobre Compra Pública Sostenible del Ayuntamiento de Madrid** que reunió a más de 150 representantes de la administración local y a empresas proveedoras de la administración y con otras instituciones públicas como la Diputación de Segovia con la que se organizó una jornada formativa sobre contratación sostenible, en la que unos 30 representantes de las entidades locales de la provincia participaron en la misma y conocieron las posibilidades de la contratación para favorecer un desarrollo sostenible.

Además de desarrollar proyectos, IDEAS ha participado activamente como organización experta, en diferentes foros y congresos donde ha transmitido su experiencia e informado sobre la importancia de la contratación pública ética como herramienta eficaz para garantizar la sostenibilidad social y ambiental de las políticas públicas. En este sentido, participó, entre otros, en las siguientes **jornadas**:

- Jornadas sobre Consumo Consciente organizadas en Vitoria-Gasteiz (Euskadi) por la Fundación Paz y Solidaridad de Euskadi, y Setem Hego Haizea,
- Jornada sobre Consumo Responsable, organizadas por la Asociación de Profesionales de Compra, Contratación y Aprovisionamiento (Sevilla)
- Jornadas sobre Educación Ambiental y Consumo. Junta de Andalucía y Organizaciones de Consumidores (FACUA, AI-Andalus y UCA-UCE). Sevilla, marzo 2007.
- III Jornadas sobre Educación Ambiental. Asociación Española de Educación Ambiental. Granada, marzo 2007.
- Jornadas sobre Mujeres y Ecoinnovación. Proyecto Geoda. Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Instituto Andaluz de la Mujer. Málaga, marzo 2007.
- Jornada sobre Compra Pública Sostenible. Centro de Estudios Ambientales de Navarra y Setem Hego-Haizea. Navarra, abril 2007
- Jornadas sobre Comercio Justo, organizadas en el mes de mayo por la Coordinadora de ONGs de Castilla y León,
- Jornadas sobre Consumo Responsable celebradas en Abril en Granada y organizadas por la Red Andaluza de Consumo Responsable;
- Jornada organizada en noviembre por la Fundación Pau i Justicia en Palma de Mallorca y patrocinada por la Fundación la Caixa, donde IDEAS intervino con una ponencia titulada “Compra Pública Ética”.
- Por último, IDEAS participó en el mes de diciembre en una jornada, organizada por BAKEAZ, donde nuevamente incidió sobre la importancia de ejercer una compra pública ética por parte de las Administraciones.



De forma complementaria IDEAS ha realizado una gran labor de presión política junto a la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), para reforzar la inclusión del comercio justo y los criterios éticos en la nueva **Ley de Contratos del Sector Público**. Tras la elaboración de enmiendas, la reunión con los diferentes grupos parlamentarios e incluso una comparecencia en el Congreso de los Diputados, hemos logrado que el texto definitivo de la Ley incorpore una mayor concreción del concepto de Comercio Justo, la incorporación de los criterios éticos como condición de ejecución y la posibilidad de dar preferencia a las organizaciones de comercio justo en caso de ofertas iguales.



( imagen: Comparecencia ante el Congreso de los Diputados de Andrés Sánchez Presidente de la CECJ y Laura Rodríguez Coordinadora de Acción Social y Cooperación de IDEAS)

Para dar mayor visibilidad a los avances en Compra Pública Ética y facilitar herramientas prácticas para que las administraciones incorporen los criterios éticos y de Comercio Justo, IDEAS ha desarrollado con el apoyo de la **Consejería de Bienestar Social de la Junta de Extremadura**, el portal temático [www.comrapublicaetica.org](http://www.comrapublicaetica.org). El portal muestra novedades legislativas y políticas a favor del Comercio Justo, buenas prácticas en CPE, ejemplos de pliegos de contratación, manuales, enlaces, y espacios de consulta e intercambio de experiencias.

Durante el 2008 además de continuar con las iniciativas anteriores, iniciaremos un nuevo programa de compra pública responsable en la **Diputación de Córdoba** y un ambicioso programa apoyado por la **AECI** de inserción de la compra pública ética, social y ambiental en la **Administración Central del Estado**.

IDEAS, seguirá durante 2008 implementando acciones orientadas a favorecer una compra pública ética, para seguir construyendo un planeta más sostenible, justo y solidario, con la complicidad de las Administraciones Públicas y, sin duda, con el acompañamiento de la ciudadanía en general.



## 6.2. Programa de Compra Empresarial Responsable

### Introducción

La responsabilidad de las empresas es un debate de enormes dimensiones que actualmente se está desarrollando tanto en el seno del sector público como privado. La globalización progresiva de los sistemas de comercio internacional está derivando en que muchas empresas “deslocalicen” sus compras, y acudan a países en vías de desarrollo buscando precios más bajos que les permitan participar en un mercado altamente competitivo.

Esta nueva política de compra ha provocado que, inadvertidamente, muchas de estas empresas no hayan tenido en cuenta que en algunas ocasiones el precio tan bajo pagado por los productos de los que se suministran está sostenido en la degradación de las condiciones laborales y sociales de los países empobrecidos, o en la violación sistemática de las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Derechos Humanos.

IDEAS, como Organización de Comercio Justo, defensora de los Derechos Humanos y comprometida con los grupos productores del Sur, ha desarrollado este proyecto, en el convencimiento de que las empresas, y en general el sector privado, a través del reconocimiento de un nuevo paradigma económico, “la ciudadanía corporativa”, puedan mejorar la situación de pobreza y exclusión que padecen muchos países de nuestro planeta y favorecer un desarrollo sostenible a nivel mundial.

### Actividades

Desde el año 2005 IDEAS viene coordinando a nivel estatal el **Programa Europeo “Responsible Purchasing”** (en español, Compra Empresarial Responsable) con el que ha trabajado conjuntamente con las organizaciones europeas de Comercio Justo Traidcraft de Reino Unido y Oxfam Werendwinkels de Bélgica, poniendo en marcha acciones, organizando eventos y elaborando material divulgativo.

Durante 2007, IDEAS ha implementado una serie de acciones orientadas a realizar un acercamiento al sector privado, con el objetivo de ofrecer herramientas que mejoren sus políticas de compra y adoptando medidas que minimicen el impacto negativo que va asociado a las formas de comercio internacional convencional, tales como la política de precios y el establecimiento de relaciones comerciales inestables y basadas en la incomunicación. En este sentido, a través de la publicación del **Manual “Compra Importa”**, IDEAS ha conseguido generar una nueva herramienta útil para facilitar el trabajo a los compradores profesionales.

Concretamente se ha iniciado la colaboración con organizaciones de la sociedad civil relacionadas con el sector privado, tales como **AERCE** (Asociación Española de responsables de compras, contrataciones y aprovisionamiento), con la que se han realizado diversos encuentros con compradores profesionales de diferentes sectores, y con la que IDEAS participó en las Jornadas celebradas en el mes de mayo en Bilbao (Euskadi) **“Comercio Internacional y Transporte”**. Durante estas jornadas se expusieron las diferentes formas de comercio internacional para mejorar la eficiencia del mismo a través de las nuevas tecnologías a manos de los compradores, además, se debatió sobre la incorporación de las demandas de consumidores y ciudadanos orientadas a promover un desarrollo sostenible.

Además de AERCE, IDEAS se ha acercado al ámbito académico, y ha mantenido reuniones temáticas con responsables de la **Universidad Pablo de Olavide de Sevilla** y la **Universitat de Illes Balears**, organizaciones de la sociedad civil como **Greenpeace**, la **Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU)** y el **Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa**, o con empresas privadas, como **NEXOS**, con quien ha firmado un acuerdo de colaboración. Además IDEAS ha participado como experta en diferentes foros y congresos.

En este sentido, IDEAS, también ha llevado a cabo acciones para trasladar la compra responsable a grandes cadenas de distribución, las cuales, por la importante cuota de mercado que ocupan en la venta de productos alimentarios, tienen una responsabilidad muy importante respecto a mejorar las condiciones laborales y sociales de los habitantes de países en vías de desarrollo.

IDEAS ha participado con éxito (2008) en una Plataforma junto a otras organizaciones de Comercio Justo, sindicatos de agricultores, ganaderos y plataformas de índole social, para la aprobación de una declaración en el seno del **Parlamento Europeo**, que hará posible una **investigación exhaustiva sobre los impactos que provocan las políticas de compra de las grandes cadenas de distribución comercial**, tanto sobre los agricultores del ámbito de la Unión Europea como sobre aquellos en vías de desarrollo y sobre los consumidores.

## Conclusiones

En definitiva, IDEAS ha promovido durante 2007 la incorporación de criterios de compra responsable en el sector privado, y durante 2008 está previsto que realice acciones conjuntas con organizaciones de la sociedad civil y del ámbito público y privado para promover el respeto de los Derechos Humanos y laborales fundamentales en la cadena de suministro. IDEAS entiende que hay una responsabilidad mínima exigible a todas las empresas que importan productos de países en vías de desarrollo, para poder crear una sana y leal competencia en el mercado, no basada en el abuso de los trabajadores y trabajadores de los países empobrecidos, sino que descanse y se desarrolle sobre la eficiencia de los sistemas de comercialización y la dignidad humana.

### 6.3. Observatorio para un Comercio Justo

Los boletines o investigaciones periódicas que se publican desde este observatorio pretenden ser un instrumento destinado a las ciudadanas y ciudadanos con el fin de que éstos puedan disponer de mayor información y aplicarla en su vida cotidiana, especialmente en actos más responsables de consumo.

De esta forma, IDEAS ha realizado diversas investigaciones durante 2007 centrándose en algunos de los sectores económicos más importantes, para informar de las consecuencias del sistema económico actual, en referencia a los impactos medioambientales, los derechos laborales, la relación entre el poder económico y el poder político y, sobre todo, el desarrollo de los países del Sur.

#### Actividades: Boletines

- Boletín nº 16: **La producción y el comercio internacional del arroz.** IDEAS ofrece un análisis de la cadena agroproductiva del arroz, haciendo especial hincapié en la situación de los productores de los países del Sur. De esta forma se analizan algunas de las consecuencias que para ellos tiene el hecho de participar en un mercado internacional basado en principios injustos y de desigualdad.
- Boletín nº 17: **La industria informática.** En esta investigación se analizan las diversas fases que componen el sector de la industria informática. De esta forma, se descubre que en la producción de un ordenador existen muchos actores, agentes, empresas y que en numerosas ocasiones tienen repercusiones negativas en los países del Sur, donde suele localizarse todo el proceso de producción.
- Boletín nº 18: **Niños y niñas trabajando: analizando el trabajo infantil.** En esta investigación se recoge toda la información necesaria para entender la realidad del trabajo y la explotación infantil. Del mismo modo, se analizan los diversos sectores productivos donde este problema es más acuciante y donde se hacen necesarias nuevas perspectivas y actuaciones.
- Boletín nº 19: **El sector del cacao: impactos y consecuencias de una economía globalizada.** actualización 2007 (a publicar en 2008). Esta nueva actualización del sector del cacao intenta clarificar los agentes que actúan en la cadena agroproductiva de este importante producto, tanto para el comercio tradicional como para el Comercio Justo, y de esta forma comprender adecuadamente las consecuencias de un sistema económico internacional basado en reglas desiguales e injustas con los países en vías de desarrollo.

#### Otras actividades

- Además de la elaboración de estos nuevos boletines, también se ha llevado a cabo una revisión de boletines pasados. Se han corregido y mejorado, y se encuentran en la página web de IDEAS a disposición de todas aquellas personas interesadas.
- Asimismo se está elaborando una publicación que recogerá las investigaciones más interesantes que se han desarrollado en estos últimos años.

#### Nueva perspectiva del Observatorio

El Observatorio de Corporaciones Transnacionales pasa a denominarse **Observatorio para un Comercio Justo.**

La idea de este cambio es, por un lado, incluir nuevas temáticas novedosas en el campo de la investigación económico-social en España, y por otro, dejar claro el hecho que se trata de un instrumento de acción, un intento por transformar comportamientos facilitando más y mejor información a los ciudadanos y a las ciudadanas.

De esta forma, el nuevo objetivo será el convertirlo en un verdadero referente de información acerca del Comercio Justo en España.

## Investigaciones internas

Bajo esta denominación encuadramos todas las investigaciones que se realizan desde el área con el fin de facilitar información que pueda beneficiar al funcionamiento del Comercio Justo.

En esta línea de acción, desde el área de investigación, se ha realizado una intensa investigación sobre supermercados cuestionando el comportamiento ético de los mismos. Se estudiaron los supermercados con una mayor cuota de mercado en el territorio español teniendo en cuenta diversas variables (económica, social-política, medioambiental, laboral, transparencia y política de compra)

## 7. RESULTADOS ECONÓMICOS

### Análisis del resultado económico

Un año más IDEAS consigue un resultado económico positivo, a pesar de ser un año de muchas dificultades, motivadas por la mudanza definitiva a las nuevas instalaciones, las inversiones realizadas y el proceso de reestructuración interna.

### Balance económico 2007

El resultado positivo, la mudanza a nuestras nuevas instalaciones y la nueva estructura organizativa han consolidado aún más a IDEAS como un proyecto económicamente viable y rentable, requisito imprescindible para poder seguir trabajando en los diferentes proyectos, seguir consolidando y haciendo crecer el Comercio Justo en España y, en definitiva, seguir apoyando a los grupos productores del Sur y haciendo Otro Mundo Posible.

Así el inmovilizado aumenta en más de un 12% con respecto al 2006 y el Activo total en más de un 11%, mejorando los ratios de tesorería y deudores.

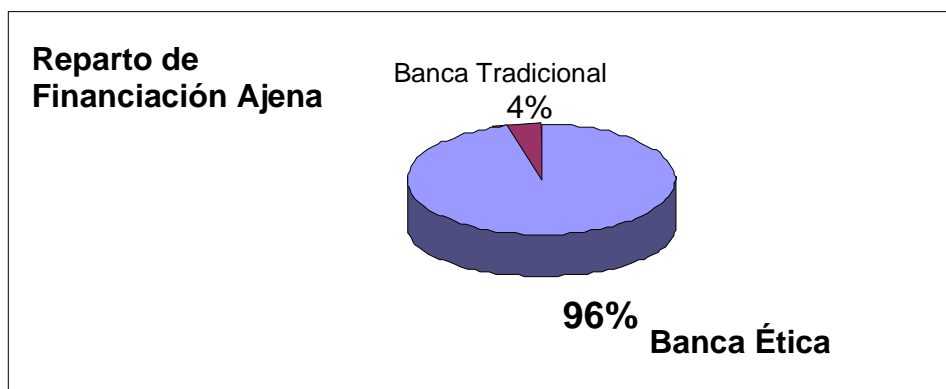
También es de destacar la entrada de nuevos socios en nuestro proyecto, lo que ha hecho posible que los recursos propios aumenten en un 18%.

### Financiación Ética

En **IDEAS** entendemos que los recursos económicos deben orientarse hacia el provecho social, creando empleo digno, apoyando la inserción laboral, proveyendo productos y servicios de utilidad social, colaborando con el Comercio Justo, respaldando el consumo responsable, apoyando procesos productivos no contaminantes y potenciando iniciativas que respeten el medio ambiente, energías renovables, bio construcción, etc. A la hora de buscar financiación externa, IDEAS apuesta por instrumentos financieros éticos frente a la banca tradicional. En el año 2007 IDEAS ha mantenido sus fuentes de financiación externas, apoyándose básicamente en proyectos financieros de carácter ético, tales como:

- Préstamos Solidarios IDEAS
- Shared Interest
- Triodos Bank
- Fiare (Banca Ética Italiana)

La banca ética representa el 96% de nuestra financiación ajena, mientras que la banca tradicional supone el 4%. Gráficamente las proporciones quedan de la siguiente manera:



### Préstamos solidarios: innovación financiera en 2007

IDEAS pone a disposición de los ciudadanos el **Préstamo Solidario IDEAS**. El Préstamo Solidario de IDEAS es una participación económica en forma de préstamo privado a **IDEAS**. La persona prestamista tiene el carácter de colaboradora en nuestra **Organización de Comercio Justo**. El préstamo recibe una remuneración anual en concepto de compensación de intereses entre el 0 y el 3,5% máximo, a convenir con el prestamista, y según el tipo de préstamo, a 1, 3 ó 5 años.

El principal invertido se podrá devolver anticipadamente bajo previa solicitud. **IDEAS** mantiene un Fondo de Garantía para hacer frente a posibles imprevistos.

Mediante el **Fondo de Préstamos Solidarios de IDEAS** hemos pre financiado la estructura productiva de numerosos **grupos productores del Sur** con más de 2.800.000€ entre 1999 y el año 2007. Esta financiación tiene coste cero para nuestros asociados de los países más desfavorecidos, lo que les permite sacar adelante su trabajo y a sus familias sin tener que recurrir a los abusivos precios de la banca local. Por otra parte, además de representar una herramienta de financiación fundamental al servicio de los pequeños productores, el **Préstamo Solidario de IDEAS** constituye una **alternativa ética para el ahorrador** que recupera la transparencia y el control sobre el uso de su ahorro.

### IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)

#### Sede Central

C/ El Carpio, 55.  
Polígono Dehesa de Cebrián  
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba), España

#### Oficina Madrid

C/ Del Labrador, 20  
28005 Madrid, España

Correo electrónico: [info@ideas.coop](mailto:info@ideas.coop)

902 107 191

[www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)