

COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE EN LA UNIVERSIDAD DE MURCIA. NUEVAS PROPUESTAS

M^a José Martínez Martínez

Angel Montes del Castillo

M^a José Carrillo Escobar

1. El Comercio Justo en el contexto de la Cooperación al Desarrollo

Desde hace más de cuarenta años, existe en Europa un movimiento de solidaridad con los países del Sur, que se ha denominado de “Comercio Justo”. Su pretensión más general ha sido impulsar procesos de desarrollo en muchos países pobres mediante la venta de algunos de sus productos en los países más industrializados. Este movimiento de Comercio Justo se sustenta en el supuesto de que como la ayuda en emergencias, la colaboración en proyectos de desarrollo, la cancelación de la deuda externa y la integración de los inmigrantes en los países de destino y el codesarrollo, la comercialización y consumo de los productos de los países en vías de desarrollo es, al mismo tiempo, una estrategia de desarrollo y una forma de solidaridad y de cooperación al desarrollo.

Cada una de esas diferentes formas de solidaridad y de ayuda a los países en vías de desarrollo indicadas tiene sus propias características y peculiaridades. Y así sucede también con el Comercio Justo. El Comercio Justo garantiza la promoción y búsqueda de unas relaciones justas en todos los ámbitos en los que la actividad se encuentre presente, el ámbito laboral, comercial, productivo, social y medioambiental.

En la práctica, esto significa que el Comercio Justo garantiza la igualdad laboral entre hombres y mujeres en el proceso de producción y comercialización, promueve la participación democrática en las cooperativas productoras y de comercialización, excluye por completo la explotación de mano de obra infantil, asegura la dignidad de los salarios de todos los trabajadores, y el respeto a los recursos naturales. Éstas son algunas de las llamadas cláusulas sociales del Comercio Justo. De manera que los productos del Comercio Justo además de la calidad física o estética, poseen una calidad social reflejada en estas cláusulas sociales. Este es el distintivo de los productos de la red de Comercio Justo.

El Comercio Justo, por tanto, tal como se recoge en el documento entregado al Rector y al Equipo Rectoral de la Universidad de Murcia en el año 2006 (NOGUERA y MONTES, 2006), pretende ofrecer una alternativa a las condiciones institucionales y estructurales que propician la existencia de un comercio injusto y empobrecedor para millones de agricultores y campesinos. Su origen, como movimiento de comercialización por parte de los productores y, a la vez, de solidaridad por parte de los consumidores, está en el hecho de que los pequeños productores de los países más pobres no pueden acceder a los mercados de alto poder adquisitivo de los países desarrollados, percibiendo bajos precios y míseros salarios. Las razones que explican tal situación son múltiples, destacando el poder de mercado que ejercen intermediarios y multinacionales, el elevado proteccionismo de las

agriculturas y de otros sectores en los países desarrollados, el incremento de las producciones y los cambios en las demandas que han dado lugar a caídas sostenidas de los precios relativos.

Por otro lado, los productores tienen dificultades para acceder al crédito y pagan unos intereses muy elevados. A través del Comercio Justo se intenta dar respuesta a la situación anterior garantizando una remuneración digna y adecuada a los productores, lo que implica pagar un precio superior al existente en los mercados. Además, a los productores se les garantiza una estabilidad en los precios, intentando de esta manera proteger las rentas de los agricultores de las fuertes fluctuaciones que caracterizan los movimientos de precios de los productos agrarios y de las materias primas. Por último, se les facilita financiación, puesto que parte del precio se paga por adelantado, y unas relaciones comerciales a largo plazo, basadas en la confianza y el respeto mutuo. Así pues, a través del Comercio Justo se pretenden establecer unas relaciones entre el Sur y el Norte más equitativas, que garanticen a los productores una remuneración adecuada y más estable, promoviendo su desarrollo.

En resumen, se puede decir que, en este momento, el Comercio Justo es una estrategia de gran interés para impulsar el desarrollo. Mientras que, durante muchos años, el Comercio Justo tenía una importancia muy residual en las economías de los países de los que procedían estos productos, principalmente artesanías, en la actualidad ya no es así. En este momento el Comercio Justo tiene una importancia decisiva en las economías de muchos países del Sur. Dos son las razones que justifican esta nueva situación. Una es el paso a la producción y comercialización de productos alimentarios en los países del Sur, de gran consumo en los países industrializados. Entre ellos están, entre otros, el café, el cacao y el azúcar. Así, el Comercio Justo ha pasado de los productos artesanales de consumo restringido a los productos alimentarios de un amplio consumo en los países del Norte. La segunda razón ha sido la mayor difusión entre la población de la existencia de los productos de Comercio Justo y su creciente presencia y venta en grandes extensiones. En los últimos años a través de distintos procedimientos se ha sensibilizado a una parte importante de la población sobre la calidad social de los productos de Comercio Justo y sobre el valor ético de un consumo responsable y solidario, y, además, se ha conseguido introducir algunos de estos productos en algunos grandes almacenes donde están más accesible al público.

2. Antecedentes del Comercio Justo en la UMU

Como se indica en el documento citado anteriormente (NOGUERA y MONTES, 2006), en España, las actividades de Comercio Justo se inician más tarde que en otros países del centro y norte de Europa, desarrollándose de forma decidida desde comienzos de los años noventa. En la actualidad, más de treinta organizaciones promueven esta forma de cooperación al desarrollo, agrupadas en la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (<http://www.comerciojusto.org/>) que tiene, entre sus funciones, velar por el cumplimiento de los criterios, fomentar el debate sobre los aspectos éticos en las prácticas comerciales y avalar a las organizaciones que realizan estas actividades.

En Murcia ha habido varias iniciativas de Comercio Justo, unas estables y otras muy efímeras. En la actualidad, existe una tienda de Comercio Justo de Intermon-Oxfam, que ha ido consolidando sus ventas de una manera creciente, diferentes ONG promueven la

venta de estos productos (Traperos de Emaús, ACSUR-Las Segovias, Brújula Sur, UnSur), algunos comercios tradicionales han introducido también este tipo de productos, aunque no de forma exclusiva, y también funcionan distintas redes solidarias de consumo y distribución de productos de Comercio Justo a través de asociaciones y grupos de solidaridad.

En la Universidad de Murcia desde hace años diferentes profesores y alumnos, vinculados a las ONG's UnSur (Universitarios por el Sur), Solidarios para el Desarrollo e Intermon Oxfam y al Instituto Universitario de Cooperación al Desarrollo, estamos promoviendo el Comercio Justo a través, principalmente, de la introducción del café en las cafeterías de la Universidad y de la educación en los valores de solidaridad, justicia y responsabilidad, asociados al Comercio Justo a través de conferencias, seminarios, talleres, boletines informativos, degustaciones de café, exposiciones, participación en Campañas nacionales de Comercio Justo, congresos, jornadas y cursos de Promoción Educativa y de Postgrado.

Como consecuencia de estas acciones, el Rector de la Universidad de Murcia y el Vicerrector de Extensión Cultural y Proyección Universitaria, del anterior equipo rectoral, que han participado activamente en algunas de esas actividades, impulsaron la utilización del Café de Comercio Justo en las cafeterías de los dos Campus, el Campus de Espinardo y el Campus de La Merced. El actual equipo rectoral no sólo asume el camino andado por el anterior, sino que lo amplía y propone al Servicio de Proyección Social y Voluntariado, la puesta en marcha de un proyecto más amplio, que contempla, como se indicará más adelante, una campaña sistemática y permanente de sensibilización sobre el Comercio Justo.

Para apoyar esta iniciativa y generalizar el uso del Café Comercio Justo en todas las cafeterías de la Universidad de Murcia, diferentes entidades y colectivos (alumnos y profesores vinculados al Instituto Universitario de Cooperación al Desarrollo y a la Comisión de Cooperación de la E.U. de Trabajo Social, UnSur e Intermon Oxfam) realizaron durante el curso académico 2005-2006 una campaña de sensibilización de la comunidad Universitaria y de recogida de firmas para apoyar esta orientación social en la política universitaria. En mayo de 2006 se entregaron al Rector y al Equipo Rectoral más de 4.000 firmas de apoyo a la campaña de Comercio Justo en la Universidad y se dieron a conocer a los medios de comunicación los objetivos y fines del Comercio Justo.

3. La opción por el Comercio Justo en la Universidad

La Universidad de Murcia, como institución educativa consciente de su responsabilidad en la formación integral de sus alumnos, tanto en su vertiente profesional y técnica como en el ámbito de los valores, quiere incorporar a su proyecto educativo el Comercio Justo. Esto significa que la UMU, como institución, se posiciona y asume los principios y valores que sostienen el Comercio Justo, fijándose como un objetivo la educación y sensibilización de la comunidad universitaria en determinados valores que se consideran positivos y universalmente aceptados. La segunda razón para avanzar en esta tarea radica en el hecho de que el Comercio Justo, como se ha indicado más arriba, es también una forma de cooperación al desarrollo, puesto que permite la realización de proyectos en países menos desarrollados y la mejora de las condiciones de vida de miles de familias campesinas y artesanas.

El Comercio Justo persigue una sociedad más solidaria, más justa y más responsable. De manera que estos tres valores, solidaridad, justicia y responsabilidad forman parte de la educación universitaria, y, al mismo tiempo, son los tres principios, en los que se asienta el Comercio Justo.

En primer lugar, la solidaridad, porque las relaciones del Comercio Justo se establecen entre agricultores/artesanos de países de bajos ingresos, pobres, de un lado, y consumidores de elevado poder adquisitivo, por otro. Esta relación representa un compromiso entre el Sur y el Norte para construir un mundo mejor. Los consumidores se adhieren a la causa de la mejora de las condiciones de vida y del desarrollo de otros grupos humanos, tomando la decisión de consumo de productos de Comercio Justo por motivos éticos y de solidaridad. Por eso el Comercio Justo es una forma de Cooperación Internacional al Desarrollo: los proyectos de Comercio Justo son también, proyectos de desarrollo.

En segundo lugar, la justicia, porque las relaciones entre el consumidor y el productor se basan en la existencia de una remuneración justa y digna por el trabajo realizado, conscientes de que las condiciones del mercado pueden generar pobreza. Justicia, porque las relaciones en las empresas productoras y en las empresas comercializadoras garantizan la igualdad entre los hombres y las mujeres y su participación democrática.

Y en tercer lugar, la responsabilidad, porque el Comercio Justo nos recuerda el protagonismo que el consumidor tiene en los procesos productivos y en la generación de ganancias. El Comercio Justo se dirige al consumidor responsable e intenta promover el consumo responsable. En la función de utilidad del consumidor responsable se encuentra la utilidad de los demás y las características éticas de los productos. Es decir, el consumidor responsable se pregunta sobre el origen de la madera que pone en su casa, sobre quién y cómo ha producido el cacao o el café del desayuno, o cuáles son las condiciones de trabajo de las mujeres que fabricaron su camisa. Nosotros, en cuanto consumidores, podemos sostener actividades generadoras de pobreza, injusticia, desigualdad... o podemos favorecer actividades, proyectos, que representen mejoras en la situación de los más necesitados. El consumo responsable promueve el comportamiento responsable de las empresas respecto a sus trabajadores y al entorno social y ambiental.

Desde nuestro punto de vista, la realización de proyectos de Comercio Justo en los centros de enseñanza y, por tanto, en la Universidad, nos parece especialmente adecuado y necesario, porque una de las funciones de la Universidad es la educación en valores. En la Universidad se forman personas a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje en el que los valores que se transmiten son tan importantes como los conocimientos. La promoción de estos valores universales constituye un motivo con suficiente relevancia para que la institución universitaria no sólo ofrezca su apoyo, sino también ejerza su liderazgo, incorporándolos a las actividades que se realizan.

4. Proyecto de Comercio Justo en la Universidad de Murcia. Nuevas propuestas

4.1. Algunos fundamentos

Para la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA- European Fair Trade Association),

en su Anuario de 1996, fue, en abril de 1969, cuando la primera "tienda solidaria" se inauguró en el pueblo holandés de Breukelen. Éste constituye el inicio de un periodo de crecimiento rápido del movimiento de las tiendas solidarias. Y es, en la década de los 70, cuando las tiendas solidarias se convirtieron también en sedes de las campañas de sensibilización en toda Europa.

En los años 80 se le dio la misma importancia, tanto a la venta de productos de comercio justo, como a las campañas de sensibilización y concienciación. Se mejoró la calidad de los productos y se aumentó la variedad de ellos al incorporar nuevas mezclas de café, muchos tipos de té, miel, azúcar, cacao, nueces, etc. Asimismo, la variedad de los productos artesanales también aumentó. La mejora constante de la calidad y el desarrollo de nuevos productos se convirtieron en puntos clave en esta década.

Hoy en día, aproximadamente 100 organizaciones de comercio justo y sociedades comerciales, en al menos 20 países europeos, importan del Sur productos de Comercio Justo. Algunos, venden por catálogo y poseen o dan en franquicia tiendas solidarias. Otros, se centran en la venta, al por mayor, a las tiendas solidarias y, cada día más, a las instituciones públicas y privadas.

El Comercio Justo se ha convertido en una alternativa a la actual forma de comercio internacional que es la causa de graves problemas económicos en los países en vías de desarrollo, y sigue causando, grandes desigualdades sociales entre Norte y Sur. Como en todas las problemáticas sociales, la Universidad, tiene una gran responsabilidad social en este tema. La responsabilidad de la Universidad puede contemplarse desde la doble vertiente de entidad responsable, tanto como consumidora de servicios, siendo modelo de buenas prácticas en la contratación con criterios basados en valores medioambientales y de justicia social, como siendo entidad responsable de la sensibilización y formación en valores de toda la comunidad universitaria, como se ha indicado más arriba.

La CRUE (Conferencia de Rectores de Universidades Españolas) en su reunión de Girona el 6 de octubre de 2005 insta a las universidades, a jugar un papel básico en la adopción de buenas prácticas, en el marco del desarrollo sostenible. Para ello incluye criterios ambientales en la compra de productos y en la contratación de servicios, lo que se conoce como *Compra Verde*. Entre los compromisos que la CRUE propone en relación a este tema, están: La promoción del Comercio Justo y el Consumo Responsable; La promoción de productos ecológicos; La potenciación de acuerdos económicos que fomenten la adquisición de productos ecológicos entre su propio personal y el resto de la ciudadanía; El desarrollo de campañas de sensibilización y educación ambiental con el objetivo de aumentar, la toma de responsabilidad del consumo en la ciudadanía.

Las universidades españolas no se han quedado al margen de esta problemática, y, hoy en día, en casi todas ellas, se han desarrollado iniciativas vinculadas al Comercio Justo y al Consumo Responsable. De todas ellas, cabe destacar la Universidad de Jaén, que ha sido la primera en adherirse oficialmente, a través de su Consejo de Gobierno, al compromiso por el Comercio Justo, a través de IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria) que coordina, a nivel estatal, el programa de Universidad Justa. El programa de Universidad Justa lo componen un total de 59 Universidades europeas, de las que Oxford fue la primera en conseguirlo, en el año 2003.

También existen planes de acción sostenible, donde las Universidades se comprometen a actuaciones universitarias destinadas a implementar cada vez más el uso de productos de Comercio Justo y concienciar sobre el Consumo Responsable. Un ejemplo de ello es la Universidad Autónoma de Barcelona, que ha incorporado, oficialmente, máquinas expendedoras de café de Comercio Justo.

Otra acción, que se deriva del compromiso social de las Universidades, es que en las

cafeterías situadas en los centros universitarios, tengan en su oferta café y otros productos de Comercio Justo. Así, la Universidad de Vigo, ya se ha sumado a esta iniciativa. Otra iniciativa es incluir puntos de venta directa de estos productos en las mismas Universidades. Vendría a ser como una pequeña tienda de Comercio Justo en los Campus Universitarios. La Universidad de Granada es un ejemplo de ello. En otras, como en la de Cantabria, se han establecido puntos de venta en varias facultades y escuelas. Desde el punto de vista de la formación, la oferta de cursos, jornadas, seminarios, etc. se ha incrementado notablemente en los últimos años. Incluso esta formación llega a la oferta de postgrados con títulos universitarios propios y en másters oficiales. Unido a todo esto, se suman otras actividades de sensibilización como son ferias o mercadillos con venta de productos de todo tipo de Comercio Justo, así como degustaciones, etc.

4.2. La responsabilidad de la gestión

La Universidad de Murcia, como se ha indicado, ha asumido paulatinamente las recomendaciones de la CRUE y viene desarrollando varias acciones destinadas a cumplir los objetivos de la Conferencia. El resultado de las diferentes iniciativas desarrolladas por los colectivos indicados anteriormente (UnSUR-Universitarios por el Sur, Intermon Oxfam, Instituto Universitario de Cooperación al Desarrollo de la UMU y E.U. de Trabajo Social), es que, en el momento presente, ocho de las trece cafeterías de la Universidad de Murcia ofrecen café de Comercio Justo. Exactamente las Facultades de Biología, Veterinaria, Medicina, Educación, E.U. de Trabajo Social, el Aulario Giner de los Rios, el Centro Social Universitario, el Edificio "D" y el Aulario de La Merced. (Consultar: <http://www.um.es/csa/cafeterias.htm>).

En este momento, por encargo del Equipo de Gobierno, el Servicio de Proyección Social y Voluntariado ha asumido la responsabilidad de la gestión del Proyecto de Comercio Justo y Consumo Responsable en la Universidad de Murcia. Este Servicio, dependiente del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, ya desde el curso 2005-2006, tiene entre otras competencias, la sensibilización de la comunidad universitaria y la promoción del voluntariado en el ámbito de la Cooperación al Desarrollo, en general, y del Comercio Justo, en particular. Como consecuencia de estas competencias, ha realizado en los últimos años diversas acciones, tales como Jornadas de Comercio Justo y Consumo Responsable, exposiciones sobre la Cooperación al Desarrollo, ferias de Comercio Justo, conferencias y proyectos de voluntariado en colaboración con ONGD's.

Con el nuevo Proyecto que hora se presenta, se trata de ampliar las actividades sobre Comercio Justo en la Universidad de Murcia y de coordinar, desde un ámbito institucional, acciones en las que están implicados diferentes Vicerrectorados y colectivos de la Universidad.

4.3. Objetivos del proyecto

A partir del compromiso con el Desarrollo y la Cooperación se proponen los siguientes objetivos:

- * Impulsar la sensibilización y la formación en la comunidad universitaria sobre la necesidad y la importancia del Comercio Justo y el Consumo Responsable como un compromiso de solidaridad con los países del Sur.
- * Aumentar la oferta y el consumo de productos de Comercio Justo dentro de la propia Universidad.
- * Vincular a la Universidad de Murcia con el Movimiento de Comercio Justo y, de modo especial, con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y con la Coordinadora de ONGD's de la Región de Murcia y apoyar sus iniciativas y campañas.
- * Convertir a la UMU en un referente regional del Comercio Justo, a través de la realización de actividades de concienciación y sensibilización como ferias, jornadas, mercadillos y conferencias de Comercio Justo y Consumo Responsable.

* Participar en el programa de Universidad Justa, a través de la iniciativa de IDEAS, lo que implica, en primer lugar, adoptar el Consejo de Gobierno de la UMU una política de Comercio Justo; en segundo lugar, facilitar una educación en el consumo responsable; en tercer lugar, Incluir productos de Comercio Justo en la cafetería y máquinas expendedoras de productos de comercio justo de los centros; y, por último, insertar criterios de Comercio Justo en las licitaciones de los comedores universitarios.

4.4. Actuaciones propuestas

4.4.1. Sobre la oferta y consumo de productos de Comercio Justo en la UMU

- * Ampliar el uso de café de Comercio Justo a todas las cafeterías de la UMU.
- * Aumentar la oferta de productos de Comercio Justo, más allá del café, en todas las cafeterías de la UMU, introduciendo nuevos productos.
- * Instalar máquinas expendedoras de alimentos y bebidas de Comercio Justo en todos los edificios y centros de la UMU.
- * Crear una tienda de venta de productos de Comercio Justo en el Campus de La Merced.
- * Crear un punto de venta en el Servicio de Proyección Social y Voluntariado (Campus de Espinardo) para facilitar la venta directa con pedidos online.
- * Proponer al Equipo de Gobierno la introducción en el pliego de condiciones de concesión de las cafeterías de la UMU una cláusula de la obligatoriedad de ofrecer Café y otros productos de Comercio Justo.

4.4.2. Sobre la sensibilización y formación en Comercio Justo y Consumo Responsable:

- * Realizar una campaña anual de difusión de los objetivos del Comercio Justo y el Consumo Responsable en la UMU. Esta actividad incluirá elaboración de materiales, sesiones de formación a alumnos y profesores en los centros, degustaciones de productos, recogida de firmas de apoyo, exposiciones y proyecciones.
- * Establecer un calendario de reuniones con aquellas asociaciones y entidades de Comercio Justo y Consumo Responsable de Murcia (Intermón Oxfam, UnSur, Solidalia, Brújula Sur, etc.) para incorporarlas a la realización de la campaña y colaborar como Universidad en sus actividades en la Región de Murcia.
- * Establecer acuerdos con el Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo para la realización de diferentes actividades, especialmente la Campaña y las actividades de formación.
- * Convocar a las Delegaciones y Asociaciones de Estudiantes para que se hagan eco de la campaña y difundan sus objetivos.
- * Promover la creación un grupo de voluntariado universitario en Comercio Justo y Consumo Responsable, que se implique, tanto en ONGD's de Murcia, como en colaborar en las actividades de sensibilización en la UMU.
- * Realizar sesiones de formación con gestores de cafeterías y camareros sobre Comercio Justo.
- * Proponer módulos específicos de formación sobre Comercio Justo en diversos planes de estudio de algunas titulaciones, en programas de postgrado y en cursos de promoción educativa.

- * Sugerir líneas de investigación sobre Comercio Justo y Consumo Responsable en programas de doctorado relacionados con el desarrollo y la cooperación.
- * Realizar unas Jornadas anuales de Comercio Justo en el mes de diciembre, con ciclo de conferencias, proyección de vídeos, degustación y venta de productos.
- * Celebrar el Día Internacional del Comercio Justo el 12 de mayo con un programa especial.
- * Reforzar la presencia del Comercio Justo en la WEB de la UMU, en la que se incluirá el Proyecto y otras informaciones de interés como distribuidores, guía de venta de productos, eventos y noticias sobre Comercio Justo.
- * Realizar un Concurso de Cortos sobre Comercio Justo y Consumo Responsable, en colaboración con el Servicio de Actividades Culturales y la E.U. de Trabajo Social de la UMU.

Referencias bibliográficas

Anuario EFTA (European Fair Trade Association) (1998) *Anuario de Comercio Justo*. Bruselas: European Fair Trade Association.

Anuario EFTA (European Fair Trade Association) (2001) *El desafío del Comercio Justo 2001-2003*. Bruselas: European Fair Trade Association.

CRUE (Conferencia de Rectores de Universidades Españolas) (2006) "Criterios ambientales en la compra de productos y en la contratación de servicios de las Universidades". Gerona: Documento interno de la CRUE.

Montes del Castillo, A. (Ed.) (2001) *Universidad y cooperación al desarrollo*. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.

Montes del Castillo, A. y Guardiola Jiménez, P. (Eds.) (2004) *Actas del II Congreso Nacional sobre Universidad y Cooperación al Desarrollo*. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.

Ransom, D. (2002) *Comercio Justo: Doble comercio*. Barcelona: Intermon Oxfam

VVAA. (2006) *Otra manera de hacer negocios. Los éxitos y los retos del Comercio Justo*. Bruselas: Fair Trade Advocacy Office