

¿Qué es una Ciudad por el Comercio Justo?

Una Ciudad por el Comercio Justo es un modelo de localidad que acerca los productos de Comercio Justo a la ciudadanía a través de las administraciones, comercios, empresas y el tejido asociativo.

En el año 2001 la ciudad de Gartang en Inglaterra fue declarada **La primera Ciudad por el Comercio Justo del Mundo**.

Esta iniciativa fue desarrollada por un grupo de voluntarios de una ONG de Comercio Justo que ayudaron a insertar productos de Comercio Justo en diferentes espacios de la ciudad: colegios, empresas, tiendas, cafeterías, restaurantes.... En la actualidad hay más de 1000 localidades en todo el mundo con el título de Ciudades por el Comercio Justo, y ya hay 19 países, el Norte y Sur, implicado en la red. El título ya ha sido entregado a las capitales de **Inglaterra** (Londres), **Francia** (Paris), **Bélgica** (Bruselas) o **Australia** (Melburne), y a otras localidades más pequeñas de **Costa Rica** (Pérez Celedón), **Canadá** (Wolfville) o **EEUU** (Media).

A nivel del estado Español, las ciudades de **Córdoba**, **León**, **Madrid**, **Laredo** (Cantabria), **Puerto Real** (Cádiz) y **Torrelavega** (Cantabria) ya tienen esta distinción, y otras localidades están trabajando muy activamente para lograrlo como son Albacete, Burgos, Huelva, Málaga, Cáceres y Zaragoza.

En Euskal Herria, Emaús Fundación Social está desarrollando el programa a nivel local, y en aquellos casos que sean posibles, se intenta involucrar a las organizaciones de base que ya trabajan por el comercio justo.

Hasta la fecha, más de diez municipios se han unido a la red de municipios por el comercio justo. Amurrio, **Bilbao**, Durango, **Getxo**, Gueñes, Donostia, Hernani, Hondarribia, Irún, **Legazpi**, Rentería o Zarautz. (en negrita, aquellos que ya han conseguido el reconocimiento)

En el caso de Arrasate, Harreman-denda es conocedor y protagonista del programa y ha mostrado su interés en liderar el proceso, contando en todo momento con la ayuda de Emaús Fundación Social para lo que considere oportuno. De hecho, una clave del éxito del programa consiste en la apropiación del mismo por parte de las organizaciones locales y que sean ellas quienes marquen los objetivos y los ritmos de trabajo.

PROPUESTAS DE ACCIONES A REALIZAR POR PARTE DEL AYUNTAMIENTO SEGÚN LOS CRITERIOS A SEGUIR:

CRITERIO 1: VOTAR UNA RESOLUCIÓN FAVORABLE AL COMERCIO JUSTO E INCORPORAR ESTE TIPO DE PRODUCTOS EN LAS CONTRATACIONES Y CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO.

En primer lugar, se solicita que **se apruebe una resolución favorable al Comercio Justo**.

Hay varios ejemplos de este tipo de resoluciones aprobadas por otros ayuntamientos, como pueden ser las aprobadas por Legazpi, Bilbao, Albacete, Córdoba, Fuenlabrada, León o Madrid.

Puede verlas todas en el siguiente enlace: www.ciudadesjustas.org

En segundo lugar, se solicita que al ayuntamiento que **incorpore los productos de Comercio Justo en los contratos públicos y en el consumo del ayuntamiento.** Esto se puede hacer a través de dos vías:

- Incluyendo productos de Comercio Justo de forma puntual en los contratos públicos.
- Adoptando una política de Compra Pública Responsable

CRITERIO 2: OFRECER PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN CAFÉS, RESTAURANTES Y TIENDAS DE LA CIUDAD.

Posibles acciones a realizar para conseguir este criterio:

- Por parte del Ayuntamiento:
 - Hacer un llamamiento a través de los medios de comunicación para que tiendas y restaurantes se unan al proyecto.
 - Convocar a las asociaciones del sector de la restauración para presentarles el programa.
- Establecer una plan de acción dentro del grupo de trabajo

CRITERIO 3. COMPROMISO DEL SECTOR PRIVADO Y ORGANIZACIONES

Para conseguir el compromiso del sector empresarial, las posibles acciones a seguir podrían ser:

- Por parte del Ayuntamiento:
 - Convocar a las Asociaciones de Empresarios para presentarles el programa

CRITERIO 4. COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE LA CAMPAÑA Y DEL COMERCIO JUSTO

Todos los pasos que se den deberían ser **notificados a los medios de comunicación** para su difusión, buscando la generación de noticias y por lo tanto, intentar llegar al mayor número posible de ciudadanos.

El grupo de trabajo debe de informar a los medios de todos los avances que se hagan con respecto al programa de Ciudades por el Comercio Justo.

CRITERIO 5. CONSTITUCIÓN DE UN GRUPO DE TRABAJO DE COMERCIO JUSTO

Se propone que el **Ayuntamiento convoque y coordine el grupo de trabajo** para que la ciudad consiga y mantenga en el tiempo la distinción de Ciudad por el Comercio Justo.

Los objetivos serán consensuados y se proponen que sean :

- Promover el modelo de Ciudad por el Comercio Justo y aumentar la disponibilidad de productos de Comercio Justo.
- Asegurar el compromiso continuo según los criterios de Ciudad por el Comercio Justo y mantener la acreditación una vez haya sido conseguida.
- Fomentar en los lugares de trabajo, edificios públicos, organizaciones y comunidad educativa el uso de productos de Comercio Justo.
- Incrementar el conocimiento de Comercio Justo en la población para asegurar la continuidad del modelo de Ciudad por el Comercio Justo a largo plazo.

Las actividades para conseguir estos objetivos podrían ser:

- Organizar los eventos que se consideren oportunos para fomentar el Comercio Justo en la ciudad como en el día del Comercio Justo.
- Ser responsable de la evaluación anual y controlará si se están cumpliendo los cinco criterios para conseguir y mantener en el tiempo la distinción de Ciudad por el Comercio Justo.
- Mantener una fuerte relación con la prensa local y otros medios de comunicación para asegurar que la campaña se sigue fomentando.
- Constituir y dinamizar el Foro Empresarial de Ciudades por el Comercio Justo.

PARÁMETROS PARA SER UNA CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

CRITERIO 1. RESOLUCIÓN FAVORABLE AL COMERCIO JUSTO E INSERCIÓN DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN EL CONSUMO DE LA ADMINISTRACIÓN

Con respecto a la inserción de productos de Comercio Justo en el consumo de la administración, se han establecido que debe de cumplir con un número mínimo de **licitaciones** y de **contratos menores** donde tiene que haber productos de Comercio Justo

El número mínimo de **licitaciones** con productos de Comercio Justo a cumplir en función de la población sería:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 licitación por cada 10 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 licitación por cada 50 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 licitación por cada 100 mil hab.

El número mínimo de **contratos menores por año** donde haya productos de Comercio Justo sería:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 contrato menor por cada 10 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 contrato menor por cada 50 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 contrato menor por cada 100 mil hab.

CRITERIO 2. COMPROMISO SECTOR MINORISTA y RESTAURACIÓN, ofreciendo productos de Comercio Justo en establecimientos como cafeterías, restaurantes, tiendas, etc

En el **sector minorista**, se establece un número mínimo de establecimientos que tienen que tener productos de Comercio Justo en función de la población de la localidad:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 comercio por cada 5 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 comercio por cada 10 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 comercio por cada 20 mil hab.

El comercio debe de tener al menos 3 referencias de Comercio Justo a disposición de los consumidores.

En el **sector de la restauración**, el número mínimo de establecimientos que tiene que haber en función de la población de la localidad:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 establecimiento por cada 10 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 establecimiento por cada 20 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 establecimiento por cada 30 mil hab.

El establecimiento de la restauración debe de tener al menos 2 referencias de Comercio Justo a disposición de los consumidores.

CRITERIO 3. COMPROMISO SECTOR PRIVADO Y ORGANIZACIONES, introduciendo productos de Comercio Justo en oficinas y organizaciones para su consumo interno o momentos puntuales.

En el **sector empresarial**, es necesario que un número mínimo de empresas consuman productos de Comercio Justo de manera anual:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 empresa por cada 5 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 empresa por cada 25 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 empresa por cada 50 mil hab.

Esta implicación empresarial con el Comercio Justo puede ser, entre otras formas, adquiriendo regalos institucionales, cestas o felicitaciones de navidad de Comercio Justo, o insertando este tipo de productos en las máquinas de vending a disposición de los trabajadores o clientes.

En el **área de las organizaciones**, entendidas estas como organizaciones sociales (asociaciones de vecinos, consumidores, medioambientales, defensora de los derechos humanos, etc) y la comunidad educativa, es necesario que un número mínimo de organizaciones consuman anualmente productos de Comercio Justo :

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 organización por cada 10 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 organización por cada 50 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 organización por cada 100 mil hab.

CRITERIO 5. SENSIBILIZACIÓN sobre el Comercio Justo y el programa Ciudad por el Comercio Justo.

Se establece un número de **acciones de sensibilización** anuales sobre el Comercio Justo que se tiene que realizar en la localidad basándose en la población, siendo el mínimo:

- Población de menos de 10.000 habitantes: 1 acción por cada 5 mil hab.
- Población de menos de 200.000 hab.: 1 acción por cada 25 mil hab.
- Población con más de 200.000 hab.: 1 acción por cada 40 mil hab.

Se entiende por **actividades de sensibilización** aquellas que se realizan para dar a conocer el Comercio Justo a la ciudadanía. Estas pueden ser de varios tipos: ferias, mercadillos, talleres de formación, degustaciones, mesas informativas, jornadas formativas de otra índole pero que tengan un apartado específico que trate el Comercio Justo, etc

De cada una de las actividades se buscará dar la mayor cobertura en los **medios de comunicación**, para llegar así a un gran número de población.

Indicadores a cubrir por el municipio de Arrasate_Mondragón de acuerdo a los criterios del Programa.

	Ar ras at e
Población	21 .7 71
1. Aprobar una resolución favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento.	
Licitaciones	1
Contratos menores	1
CRITERIO 2. COMPROMISO SECTOR MINORISTA y RESTAURACIÓN, ofreciendo productos de Comercio Justo en establecimientos como cafeterías, restaurantes, tiendas, etc	
Sector minorista	3
Restauración	2
3. Compromiso del sector privado y organizaciones introduciendo este tipo de productos en su consumo interno.	
Empresa	1
Asociaciones	1
4. Creación de grupos de trabajo locales que coordinen el Programa	1
5. Sensibilización a la ciudadanía sobre el Comercio Justo.	1

DIAGNÓSTICO DE ARRASATE EN RELACIÓN CON EL PROGRAMA

Gracias al trabajo que Harreman-Denda lleva realizando en el municipio, muchos de los indicadores se encuentran cubiertos o muy cercanos a su cobertura.

De esta forma, y aunque sería recomendable profundizar en todos ellos, al momento de elaborar esta propuesta el estado del arte de estos indicadores es el siguiente:

Compra pública (faltaría la declaración institucional a favor del comercio justo y la formalización en pliego de una cláusula que valore el comercio justo)

Comercio de proximidad y hostelería: se cumple

Sector privado, organizaciones sociales y comunidad educativa: se cumple

Creación de un **grupo de trabajo local**: hay que trabajar en la composición y formalización. Trabajar en torno a este indicador es clave para garantizar una continuidad del proyecto a futuro

Sensibilización a la ciudadanía: se cumple