



## Comercio justo: prácticas agrícolas y de producción respetuosas con el medio ambiente

### Description

El Comercio Justo es una herramienta básica que los ciudadanos tienen a su alcance para combatir la grandísima desigualdad que existe entre lo que pagan los consumidores y lo que reciben los pequeños productores y productoras por su trabajo.

Esto es así, porque este tipo de comercio garantiza que estos millones de personas recibirán una recompensa justa por su trabajo, que además debe ser sostenible, integrador, respetuoso y diverso.

Esto se logra principalmente través de un mercado protegido con unos precios mínimos que permiten a los pequeños productores y productoras vivir dignamente y con aportaciones a planes de desarrollo que ayudan a mejorar sus condiciones laborales.

Además, el Comercio Justo también implica conseguir que se respete a todas las personas: las organizaciones de personas productoras deben comprometerse a no discriminar a nadie por razones de género, de religión ni de ningún otro tipo y a respetar el medio ambiente y los derechos de la infancia.

### Producción agrícola sostenible en beneficio del consumidor

Detrás de los valores que encapsula el comercio justo figuran prácticas agrícolas y de producción respetuosas con el medioambiente. Con ellas, también se busca poner fin al «círculo vicioso» que vincula pobreza y cambio climático. Abogar por un sistema con el que atajar la desigualdad a la vez que se promueven vías sostenibles para el planeta es parte de los objetivos de esta forma de comerciar alternativa al comercio convencional.

Organizaciones y expertos en la materia coinciden en que entre pobreza y crisis climática hay una relación directa y que ambos se «retroalimentan», según Marta Guijarro, portavoz de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo –plataforma independiente que agrupa a 29 organizaciones con presencia en todo el país-. Guijarro afirma que «el cambio climático genera pobreza y la pobreza alienta al cambio climático; el comercio justo trata de romper este círculo vicioso».

«No sirve que una cooperativa de Honduras tenga a sus trabajadores dados de alta, con un buen salario, ya que es necesario -observa- que su producción sea respetuosa con el medioambiente, ecológica, utilice técnicas sin pesticidas, sin herbicidas, que no se utilicen químicos y que sean plantaciones pequeñas, no a gran escala».

Además, la portavoz lamenta que, a nivel medioambiental, sean los productores y los agricultores de comercio justo

«quienes más sufran de manera directa los impactos del cambio climático y sean quienes menos lo han provocado», al incidir en que «pobreza y cambio climático son las dos caras de la misma moneda».

### **Comercio Justo y sostenibilidad**

Álvaro Goicoechea, director de Fairtrade Ibérica –organización que representa el sello de Comercio Justo en España y Portugal- sostiene también que hay una «relación absolutamente directa» entre ambos términos y puntualiza que si tuviera que definir el «motivo» de su trabajo, apuntaría a la pobreza.

Su sello Fairtrade es la certificación líder de productos de Comercio Justo que representa a 1,9 millones de productores y trabajadores, y vende en 131 países, con sellos en más de 37.000 productos. Goicoechea explica que «no puede haber justicia climática si no hay justicia social» y dice que, «al final, es cuestión de dinero».

«El planeta no se va a cuidar solo, lo tienen que cuidar las personas, y éstas lo que necesitan es invertir, pero si no tienen dinero, darán prioridad a cubrir sus necesidades básicas antes que a hacer sostenibles sus técnicas de producción», reflexiona.

### **Es necesaria más conciencia social**

Por su parte, Javier Fernández Candela, director general de Copade, que se encarga de impulsar el Comercio Justo y el desarrollo sostenible, que permita el acceso a los mercados a productoras de América Latina y de España, opina que a la sociedad aún le falte «un poco de concienciación» sobre estas cuestiones.

«Parece que mientras me ahorre más, es mejor, pero detrás de ese ahorro hay muchas consecuencias para el medio ambiente nefastas (...) El que lo paga es el medio ambiente y, finalmente, nosotros, porque el planeta hará los cambios que tenga que hacer y los sufriremos las personas», advierte. Según observa, «gestionar bien el medio ambiente supone gestionar bien la riqueza, la pobreza, y esto puede contribuir realmente a que el planeta sea más equitativo».

Como ejemplos de marcas promotoras de Comercio Justo, el directivo destaca la labor de WoodLife, marca impulsada por Copade, que busca transformar la industria de la madera optando por una producción con impacto positivo a nivel ambiental y social, apostando por «el comercio justo, la gestión forestal responsable y la trazabilidad total en el sector».

El proyecto «nace con la pretensión de vender la madera más sostenible del planeta y es la única del mundo que viene con el cálculo de la huella social». «Sabemos perfectamente cuál es el impacto en toda la cadena, desde el origen hasta el consumidor final», dice.

Copade está también detrás de otra iniciativa que quedó paralizada por la pandemia y que están relanzando, la marca Gaia&Coast, que promociona producción ecológica y quiere vender «los primeros productos de comercio justo saludables, bajos en grasas, en azúcares que pueden ser bio o no, y que en caso de que no sean bio, por lo menos están producidos sin pesticidas». EFE / ECOTicias.com

El Maipo/ECOTicias

### **Date Created**

Julio 2025