



Sejtem

**Finanzas Éticas y
Comercio Justo:
fomentar el
desarrollo**

© de los textos *Setem*

Foto de portada: Nantik Lum

ISBN: xxxxx-xxxx

Depósito Legal: M-xxxxxxx-2006

Madrid 2006

Diseño – Producción Editorial: Comuniland S.L.

Este trabajo refleja exclusivamente las opiniones del autor y no debe ser considerado como la postura oficial ni un compromiso formal de la Comisión Europea.

ÍNDICE



Finanzas Éticas: principios y antecedentes..... 5



Comercio Justo: perfil histórico y principios 13



Capítulo 3..... 27



Setem y las Finanzas Éticas 41



Finanzas Éticas principios y antecedentes

¿Qué significa “Finanzas Éticas”?

La ética puede referirse tanto a un sistema de valores como a una serie de principios rectores. Cuando se aplica al sector económico-financiero, se define como una serie de criterios que caracterizan formas de trabajo aunque no se aplica a herramientas y actividades individuales.

El sistema de valores de referencia de las “Finanzas Éticas” se refiere de forma específica al crédito y se centra en los siguientes aspectos:

1. logros sociales
2. transparencia
3. confianza

1. Logros sociales, en particular los efectos positivos para la sociedad y el medio ambiente además de las consecuencias positivas de carácter nacional. Estos son los principales objetivos que se tienen en cuenta a la hora de conceder un crédito. Si las finanzas tradicionales buscan maximizar los beneficios, las Finanzas Éticas buscan maximizar las ventajas para la sociedad.

2. Transparencia es uno de los principios fundamentales de las Finanzas Éticas, concepto perteneciente al sector bancario, que a menudo se considera como un obstáculo para las empresas y un estorbo para el comercio. La transparencia debe aplicarse a todos los campos del trabajo financiero, desde ahorros e inversiones a puestos directivos de las compañías. Concretamente, la transparencia en las inversiones, como la publicación de todas las financiaciones concedidas (beneficiario, ocasional, condicional) hace

posible el ahorro responsable. Un cliente decide si desea depositar su dinero en una institución cuyos valores de referencia estén en consonancia con su “ética”. Saber el destino exacto de sus ahorros, permite a los clientes evitar bancos que contribuyan al desarrollo del comercio de armas o aquellos que evitan pagar impuestos. Por otro lado, la transparencia permite a los clientes elegir una institución financiera que invierta en un sector que les resulte atractivo. Además, participar en la toma de decisiones corporativas estratégicas permite a los miembros de una cooperativa financiera influir en el curso y destino de su dinero.

3. Los avales resultan imprescindibles para que un banco tradicional conceda un crédito. Los clientes que no tengan garantías o avales quedarán excluidos de un crédito independientemente de lo válido que sea el proyecto propuesto. Las Finanzas Éticas superan este obstáculo ampliando las posibilidades de aquellas personas que no dispongan de capital, los llamados “no aptos”, para obtener un crédito. En otras palabras, prestan dinero a aquellos que carecen de él, ya que “conceder crédito” significa “depositar confianza”. Un préstamo se concede tras conocer al solicitante y realizar un análisis exhaustivo del proyecto financiero. De hecho, la probabilidad de que se paguen las cuotas es proporcional a la credibilidad del beneficiario y está determinada por su capacidad de generar dinero y no por un aval. Estos criterios sirven para ganar dinero en casos de insolvencia pero estadísticamente sólo cubren entre un 40 y un 60% del capital invertido. Por esta razón, es más importante que se financie el proyecto que el aval, lo que se traduce en una opción “ética” económicamente sostenible.

¿Qué son los fondos éticos?

Se trata de productos financieros ofrecidos por bancos y entidades que se dedican a la gestión de ahorros siguiendo unos criterios “éticos” mediante la selección de acciones y bonos. Esto excluye a empresas o países considerados como “inaccesibles” e incluye a empresas o países que pueden considerarse como “respetables”. La transparencia en la composición y gestión de fondos es el punto de referencia habitual para demostrar el nivel de responsabilidad de dichas empresas o países. Por desgracia, no todos los fondos “éticos” presentan esta característica¹. Entre los llamados

¹ Para obtener más información, consulte “Manuale del risparmiatore etico e solidale” Ed. Berti Altreconomia 2002, www.finanza-etica.org

fondos “éticos” también encontramos cuentas corrientes, de las que los clientes pueden destinar parte de sus intereses activos con fines benéficos. En estos casos, el banco se limita a transferir el dinero de una persona a otra sin estar sujeto a criterios específicos en lo que concierne la gestión del dinero.

¿Las Finanzas Éticas en Italia?

En Italia, las Finanzas Éticas comenzaron con las MAG (Mutue di Autogestione), cooperativas de ahorro y crédito que concedían préstamos a personas a las que los bancos habían rechazado pero que, sin embargo, participaban en proyectos sociales y medioambientales.

A continuación se enumeran diversas fundaciones italianas con su fecha de comienzo, empezando por la primera MAG y terminando por el banco ético: *Banca Popolare Etica*.

- ▶ 1978 MAG Verona
- ▶ 1980 MAG2 Milano
- ▶ 1983 Autogest Udine
- ▶ 1985 MAG3 Padova (en 1989 se fusionó para formar CTM-MAG que, a su vez, pasó a ser la Fundación Etimos en 1999)
- ▶ 1987 MAG4 Torino
- ▶ 1987 MAG6 Reggio Emilia
- ▶ 1991 MAG7 Genova
- ▶ 1992 MAG Venezia

Las MAG quedaron redefinidas tras la aprobación de la Ley 197/91, conocida como la ley “anti-blanqueo de capitales” que obligaba a todas las instituciones financieras a tener un capital social mínimo de 1000 millones de euros (CTM-MAG tenía aproximadamente 80 millones de euros, mientras que las otras tenían una media de 30 millones de euros) y una vez que el D.L. 385/93 entró en vigor permitiendo a los bancos recaudar fondos del sector público. En una carta con fecha 18/11/93, Fabio Salviato, entonces presidente de la cooperativa CTM-MAG, escribió que: “dada la complejidad del sector en el que realizamos nuestro trabajo y teniendo en cuenta las incertidumbres legales, no podemos limitarnos a esperar. Es fundamental obtener las herramientas necesarias a tiempo para establecer nuevas estrategias que nos permitan hacer frente a

las restricciones legales y asegurarnos de que no nos impidan realizar nuestro trabajo”. Esto desembocó en la creación de una “alianza de solidaridad nacional” que servía de apoyo al Tercer Sector.

- ▶ 1994 Asociaciones para un banco ético: Banca Ética
- ▶ 1995 Cooperativa para un banco ético: Banca Ética
- ▶ 8 de marzo de 1999 *Banca Popolare Etica*: apertura en Padua

¿Qué diferencia hay entre las MAG y la Banca Ética?

Las MAG son cooperativas de ahorro y crédito establecidas en un área local, y especializadas en conceder préstamos a la población local, a la que conocen de forma directa o indirecta. En general, intervienen en situaciones de emergencia, practican una economía solidaria y se caracterizan por un riesgo alto y un gran impacto social. A menudo, ofrecen servicios de consultoría y apoyan a organizaciones sin ánimo de lucro en sus comienzos. Normalmente, reciben dinero mediante cuotas de capital social, pero no ofrecen ningún tipo de servicio bancario al público.

En 2004, las MAG activas eran MAG Verona, MAG2, MAG4, MA6 y MAG Venezia, cada una de ellas definida por criterios específicos relativos a ahorros e inversiones.

Banca Etica es un banco “popular” y, por lo tanto, se trata de un banco a todos los efectos: una institución financiera que cumple con lo establecido y está controlada por el banco nacional italiano: la Banca d’Italia. Los clientes están protegidos por el *Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi*, como todos los demás bancos.

Banca Etica cuenta con una red de 8 sucursales en todo el país, 15 promotores financieros, 2 oficinas de representación, 59 miembros locales y voluntarios (datos actualizados en mayo de 2004). A diferencia de las MAG, el banco reúne ahorros del sector público (así como de sus propios miembros) y ofrece diversos tipos de cuentas corrientes o de depósito. La financiación se concede sobre todo a organizaciones del Tercer Sector o a empresas sociales consolidadas.

¿Qué diferencia hay entre la Banca Ética y un banco tradicional?

Banco Tradicional	Banca Ética
Beneficio (maximizar el beneficio)	Objetivos de tipo cooperativo y social
Gestión de ahorro e inversiones	El destino de la inversión se realiza según la elección del cliente ²
Necesidad de aval	Tipos de aval posibles: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Garantía personal/colectiva ▶ Fondos fiduciarios ▶ Apoyo recíproco con la participación de autoridades locales y redes que respaldan proyectos
Créditos concedidos a personas económicamente estables	Créditos concedidos a personas económicamente débiles que proponen proyectos sostenibles de interés colectivo
Ventaja competitiva: capital financiero	Ventaja competitiva: capital humano (conocimiento y redes locales)
Capital de riesgo para atraer clientes	Capital de riesgo bajo o inexistente: los clientes pueden reducir ellos mismos los impuestos ya que las inversiones son, ante todo, sociales.
Inversiones especulativas	Inversiones en bonos del Estado y fondos éticos pertenecientes a Etica SGR (empresa de gestión de ahorros que forma parte del grupo Banca Ética)
Altos márgenes por beneficios resultantes de servicios	Beneficios resultantes de servicios poco rentables frente a intereses poco rentables
Los impuestos se ajustan al contexto competitivo (impuestos más altos en el Sur que en el Norte) y dependen de la solidez del contrato con el cliente	Impuestos al mismo nivel en toda Italia y no dependen de una negociación individual (concesiones sólo para miembros)
Falta de transparencia en las inversiones	Transparencia de las inversiones
Productos financieros caracterizados por índices de riesgo y rendimiento	Productos financieros caracterizados por índices de riesgo, rendimiento, y socio ambientales.
Escasa implicación en el proyecto del cliente	Alto grado de implicación en el proyecto del cliente: relación de confianza mutua

² Un cliente puede elegir entre las siguientes opciones: 1) cooperación social; 2) cultura y sociedad civil; 3) desarrollo internacional; 4) medioambiente.

³ Toda la financiación concedida a particulares se publica en el sitio web del banco: www.bancaetica.com


A continuación se enumeran algunas de las características específicas y novedosas de Banca Ética:

- ▶ la manera en la que se formulan los principios del Banco, tal y como se refleja en los estatutos y Manifiesto así como la manera en la que se llevan a cabo las decisiones tomadas por el Banco;
- ▶ la creación de un comité ético, organismo de control formado por miembros que realizan servicios autónomos de consultoría y propuestas, y supervisan que el Banco cumpla con los principios establecidos en los estatutos;
- ▶ participación de los miembros.⁴ Los miembros no sólo están considerados como una contribución de capital sino como los actores principales de un proyecto comunitario. Hay aproximadamente 400 voluntarios en 59 grupos locales distribuidos en 4 áreas principales (Noreste, Noroeste, Sur y Central) que se encargan de las siguientes funciones:
 - garantizar información y promocionar la Banca Ética a nivel local;
 - apoyar a los miembros para que participen activamente en las actividades del banco, fomentando el diálogo y haciendo circular ideas, propuestas y críticas;
 - permitir al banco contar con contrato inmediato a nivel local y evaluar los contextos mediante una red de conocimiento;
 - fomentar la conciencia pública sobre Finanzas Éticas;
 - establecer un sistema de control que englobe desarrollo, preguntas y necesidades de servicio;
- ▶ Cuando se concede un préstamo, hay dos aspectos fundamentales:
 1. una evaluación económica
 2. una evaluación socio-medioambiental

El punto 2 también se conoce como “investigación ética” y conlleva una “evaluación social” de los solicitantes. Está concebido para evaluar a organizaciones sin ánimo de lucro, en lo que respecta al trabajo, reputación y servicios proporcionados a nivel local. Se ha establecido un modelo de evaluación, conocido como **VARI**, que se centra en Valores, Solicitudes e Indicadores y permite comprobar la credibilidad de las solicitudes financieras.

⁴ En diciembre de 2003, el número de miembros ascendía a 22242 de los que 19112 eran particulares.

Los valores analizados son los siguientes:

- ▶ participación democrática
- ▶ transparencia
- ▶ igualdad de oportunidades
- ▶ protección medioambiental
- ▶ calidad social
- ▶ respeto de las condiciones de trabajo
- ▶ voluntarios
- ▶ solidaridad
- ▶ vínculos locales y nacionales 



Comercio Justo: perfil histórico y principios

¿Qué significa Comercio Justo?

El Comercio Justo es una forma de cooperación económica que **apoya a personas desfavorecidas que trabajan como artesanos y como campesinos en el Sur.**

El Comercio Justo es una alternativa a las ayudas benéficas que normalmente crean dependencia e impiden que las comunidades sean autosuficientes. Sus objetivos son:

- ▶ Garantizar a los productores el acceso directo al mercado;
- ▶ Crear oportunidades de desarrollo propio, aumentando la capacidad de producción y la gestión autónoma de sus recursos.

¿Cuándo comenzó y cómo se desarrolló?

El Comercio Justo comenzó en el Norte de Europa a finales de los 60 como una iniciativa de un grupo de personas que, durante sus viajes de trabajo a países del Sur, fueron testigos de la explotación y las condiciones de pobreza extrema que sufrían las poblaciones locales.

Por ejemplo, Frans van der Hoff, fundador de la cooperativa Uciri de productores de café de México se dio cuenta de que no se informaba a los campesinos locales del valor real de sus productos. Al no contar con los medios necesarios de transporte para bajar al valle y comprobar los precios de mercado, los campesinos aceptaban de forma pasiva los precios impuestos por los intermediarios, que les pagaban 25 centavos, mientras que ellos ganaban 95 centavos. Sin ningún tipo de negociación, estos “buitres” se beneficiaban a costa de la pobreza e ignorancia de los campesinos. Las primeras tiendas de Comercio Justo, conocidas como tiendas solidarias fueron creadas para vender productos artesanales adquiridos

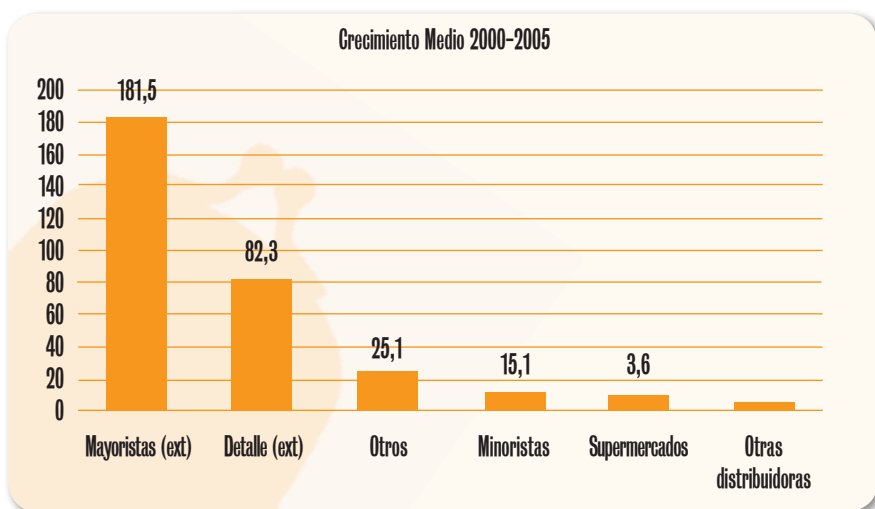
en las comunidades pobres del Sur. Gracias a los contactos con grupos de misioneros, se importaron objetos realizados por mujeres, lo que proporcionó a las familias pobres una fuente adicional de ingresos o, en muchos casos, el único ingreso para sobrevivir.

Posteriormente, los productos pasaron de artesanía a productos de alimentación. Esta evolución produjo un mayor reconocimiento del comercio como forma de contribución al desarrollo y autonomía de las ex colonias.

El primer café de Comercio Justo se comercializó en 1973; ese año, una importante importadora holandesa, la Organización de Comercio Justo (conocido como SOS WERELDHANDEL) comenzó a comerciar con pequeñas cooperativas de productores en Guatemala.

Durante los últimos 40 años, el Comercio Justo ha incluido otros productos de alimentación como té, cacao, azúcar, arroz y plátanos, lo que suma un total de 7.000 productos incluida la artesanía.

Se calcula que, en la actualidad, el Comercio Justo beneficia a más de 5 millones de personas directa e indirectamente en más de 60 países del mundo, a los que se llega mediante 1.000 Organizaciones de Comercio Alternativo (OCA). Los primeros productos se vendieron en puestos situados frente a las iglesias y, desde entonces, han visto la luz gracias a grupos de consumidores, tiendas solidarias y han llegado a las estanterías de los supermercados. El Comercio



Justo en Europa ha alcanzado unas dimensiones considerables, tal y como se observa en la siguiente tabla, actualizada en septiembre de 2004:

Fechas históricas sobre el Comercio Justo

- Fin década 1940** Diez mil pueblos y SERRV (USA) llevan a cabo iniciativas de Comercio Justo
- 1964** El tema del Comercio Justo para el desarrollo en el Sur se debate durante la UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). Se difunde el eslogan “Comercio sí, ayuda no” (“*Trade not Aid*”).
- 1967** Se funda el primer centro de distribución de Comercio Justo SOS WERELDHANDEL en Holanda, que posteriormente se convertiría en la Organización del Comercio Justo. Los primeros productos que se importan son esculturas de madera haitianas.
- 1969** Se inaugura la primera tienda de Comercio Justo en Breukelen, Holland.
- 1984** Primer Congreso Europea sobre tiendas de Comercio Justo.
- 1986** Se inauguran las primeras tiendas de Comercio Justo en Andalucía y País Vasco
- 1987** Se crea la **EFTA** (Asociación Europea de Comercio Justo). 9 nuevos países se incorporan a la EFTA en 2004.
- 1988** Se produce en Holanda la primera marca de café con certificado de Comercio Justo: **Max Havelaar**
- 1989** Se crea **IFAT** (Asociación Internacional para el Comercio Justo) para representar a productores y organizaciones que trabajan con comercio justo. En 2004, contaba con 250 miembros en 56 países de todo el mundo.
- 1994** Se crea **NEWS!** (Red de Tiendas Solidarias de Europa). En 2004, había 3000 Tiendas Solidarias en 15 países europeos.
- 1996** **SETEM** inaugura su tienda de Comercio Justo en Madrid
- 1996** Nace en España la Coordinadora de Organizaciones de Comercio Justo
- 1996** En España, se aprueba una Proposición no de ley en la Comisión de Cooperación del Congreso de los Diputados que valora positivamente el Comercio Justo.
- 1997** Se crea **FLO** (*Fair Trade Labelling Organisation*) como una organización para la Definición y la Certificación Internacional de los Estándares del Comercio Justo que trabaja en 14 países europeos así como en Canadá y Estados Unidos.

- 1997** El Parlamento Europeo adopta una resolución sobre el sector de los plátanos pidiendo a la Comisión que facilite el acceso al mercado a las nuevas empresas que practican el Comercio Justo
- 2001** Se crea **FINE** como una red que engloba a **FLO**, **IFAT**, **NEWS!** y **EFTA**. Sus objetivos consisten en homogeneizar las campañas de concienciación, defender a los productores y definir y supervisar estándares de Comercio Justo
- 2001** Se aprueba el Código de Conducta de IFAT, creando una Normativa Internacional para el Comercio Justo.
- 2004** Publicación del primer Anuario “El Comercio Justo en España 2004. Situación y Perspectivas” por SETEM.
- 2005** El Senado de España introduce el Café de Comercio Justo en sus instalaciones.
- 2005** Se crea la Asociación para la implantación del Sello FLO en España, y se comienzan a certificar los primeros productos de importadoras convencionales.

¿Por qué comenzó el Comercio Justo y cuál es su objetivo?

Desde sus inicios, el Comercio Justo se ha conocido como “comercio político”. Uno de sus objetivos ha sido cubrir una **necesidad básica**, difundiendo información sobre países mediante sus productos proporcionando así a los consumidores una conciencia crítica y demostrando que existe una alternativa posible al comercio convencional.

El objetivo final del Comercio Justo es reducir las desigualdades entre el Norte y el Sur, **cambiando las normas y las prácticas del comercio convencional**, eliminando los efectos negativos producidos por un sistema económico en el que las multinacionales se mueven de un país a otro buscando las mejores condiciones para maximizar sus beneficios: salarios bajos, mínimas garantías para las personas trabajadoras, normas poco estrictas sobre seguridad y medioambiente.⁵

⁵ El respeto de los derechos humanos por parte de las empresas es un tema de gran importancia para la ONU. En agosto de 2003, la Subcomisión para la Promoción y la Protección de los Derechos Humanos aprobó la siguiente normativa: “Rules for multinational and corporate responsibility” (U.N. Doc. E/CN.4/Sub.2/2003/L.11 a 52), un conjunto de derechos humanos y leyes ambientales definido por Amnistía Internacional como “el primer conjunto de normas autorizadas y de gran alcance para empresas de todo el mundo” y por Greenpeace como “algo primordial en la lucha para conseguir que las empresas sean responsables y punibles por sus acciones en todo el mundo”.

El Comercio Justo es un proyecto a largo plazo y no está concebido para enriquecer individuos de forma aislada, se trata más bien de un proceso a largo plazo para mejorar las condiciones de vida de los productores más desfavorecidos. Por esta razón, el Comercio Justo promueve campañas de concienciación y está considerado como un agente de cambio social.

¿Cuáles son los objetivos y las herramientas del Comercio Justo?

Tal y como establece la definición de FINE, el Comercio Justo es una forma de coordinación informal de las redes de Comercio Justo, una “colaboración económica basada en el diálogo, la transparencia y el respeto”, cuyos objetivos son:

- ▶ Garantizar a los productores unas **condiciones de vida dignas, respetando los derechos humanos y medioambientales**;
- ▶ Contribuir a reducir la pobreza permitiendo así un proceso de cambio para pasar de la vulnerabilidad a la seguridad y autosuficiencia;
- ▶ Actuar en el plano político-cultural para obtener normas y prácticas más justas del comercio internacional;
- ▶ Demostrar que es posible producir y consumir de forma diferente, que existe una alternativa económica.

Las relaciones con los productores se caracterizan de la siguiente manera:

- ▶ **Un precio “justo”**⁶, que cubra los costes de producción incluidos los costes sociales y ambientales, cumpliendo con las necesidades primarias y dejando un margen de inversión;

⁶ Por ejemplo, el precio de mercado del café arábico es de 1\$ el kilo de media. Ctm Altromercato paga a sus productores 3\$ por kg de café mejicano Uciri, de los que 2,6\$ es el precio mínimo garantizado; 10 centavos van al fondo social y 30 es el precio de compensación por el cultivo orgánico. El código de la IFAT establece que los precios deben establecerse para maximizar el bienestar de los productores y sus familias y no el margen económico, respetando al mismo tiempo las leyes del mercado. Los productores del Sur que trabajan con Comercio Justo deben percibir unos ingresos socialmente aceptables que cumplan con los siguientes requisitos:

- ▶ Los salarios deben cubrir las necesidades primarias (comida, ropa, alojamiento, acceso a educación y asistencia sanitaria);
- ▶ Los precios que reciben los productores deben ser iguales o mayores que los que reciben los productores de los mercados tradicionales;
- ▶ Los salarios deben ser iguales o superiores al salario mínimo;
- ▶ Los hombres y las mujeres deben percibir el mismo salario a igual trabajo realizado.

- ▶ **Un precio fijo**, que no esté sujeto a las fluctuaciones del mercado de valores durante un periodo corto de tiempo;
- ▶ **Prefinanciación** de bienes hasta un 50%, para que los productores puedan comprar materias primas y evitar que acudan a prestamistas;
- ▶ Acuerdo de comercio **a largo plazo**⁷
- ▶ Prima de Comercio Justo

La organización del Comercio Justo invierte en:

- ▶ desarrollo de productores;
- ▶ formación profesional propia;
- ▶ tecnologías de sistemas de producción y todos los aspectos que contribuyan a mejorar la calidad de los productos.

La organización se compromete a transferir sus conocimientos de comercio al productor facilitando el acceso de las personas al mercado (local e internacional) así como a los canales de financiación necesarios para la producción.

El cierre de las pequeñas empresas no siempre se debe a unos precios de exportación competitivos, sino a las duras condiciones impuestas por los prestamistas que, a menudo, representan la única solución para aquellos considerados como “no aptos” para obtener un crédito.

Esto justifica la existencia de mercancías prefinanciadas que se ofrecen a los trabajadores del Comercio Justo, o depósitos parciales⁸ que beneficia al productor.

Los importadores se exponen financieramente ya que depositan parte de su dinero en la recepción de un pedido y, a su vez, debe encontrar el capital necesario para la inversión.

⁷ Entre los requisitos fundamentales para pertenecer a las organizaciones italianas de Comercio Justo se encuentra la necesidad de mantener una relación segura y estable con los productores. Se propone un periodo mínimo de tres años de “continuidad”, en el transcurso del cual la cantidad de productos adquiridos deberá ser equivalente al 70% de los adquiridos los años precedentes. Cuando esto no ocurra, la compañía deberá presentar un informe (que también se presentará ante el Comité de Gestión de AGICES) en el que se establezcan las razones por las que no se ha podido mantener dicha continuidad y, cuando sea posible, presentar un plan de acción para apoyar al productor.

⁸ Tal y como establece AGICES, (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale/ Asamblea Italiana de Comercio Justo), “prefinanciar” significa proporcionar a los proveedores un adelanto a un tipo de interés cero. Otras formas de adelantos que sí que tienen un tipo de interés son las actividades de crédito.

¿Qué se puede hacer a diario para reducir las desigualdades entre el Norte y el Sur?

*La financiación ofrece una solución a esta cuestión: utilizar el dinero de cada uno como **capital o ahorros** para apoyar a los trabajadores del Comercio Justo, es una manera de ayudar a personas desfavorecidas del Sur.*

Proporcionarles dignidad mediante una fuente de ingresos y buscar el desarrollo sostenible es una opción respetable y duradera de solidaridad.

1. Definición de FINE

Si queremos definir el Comercio Justo con la mayor precisión posible, debemos recurrir a la fórmula consensuada por las cuatro grandes redes internacionales del Comercio Justo: **FLO-I**, **IFAT**, **NEWS!**, y **EFTA**. (Entraremos a definir las en el tema 4). FINE (acrónimo de las iniciales de estas cuatro redes) es una plataforma informal de diálogo entre ellas, que desarrolló en abril de 1999 la primera definición consensuada de Comercio Justo. Ha sido continuamente revisada y actualizada desde entonces, siempre desde el consenso. Para el movimiento de Comercio Justo supone un gran logro alcanzar, tras cuarenta años de existencia, una definición que fuera compartida a nivel mundial. Si bien tanto la forma de entender el Comercio Justo como los principios que subyacían a las acciones de las organizaciones, han sido siempre muy similares, esta visión común es una muestra de la armonización y del deseo de trabajar juntos que impera en el movimiento a nivel Europeo y mundial, especialmente en la última década.

La última actualización de la definición de FINE data de diciembre de 2001, y sigue siendo comúnmente aceptada:

“El Comercio Justo es una relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia, y el respeto mutuo, que busca una mayor igualdad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible proporcionando mejores condiciones comerciales y asegurando sus derechos a los productores y trabajadores marginados - especialmente en los países del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores y consumidoras) están activamente implicadas en apoyar a los productores, sensibilizar a la población, y organizar campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional tradicional.

Los objetivos estratégicos del Comercio Justo son:

- ▶ Trabajar prioritariamente con los productores y trabajadores más desfavorecidos, de cara a facilitarles salir de una situación de vulnerabilidad, y alcanzar la autosuficiencia económica.
- ▶ Capacitar a los productores y trabajadores como sujetos activos, responsables de sus propias organizaciones.
- ▶ Buscar jugar un mayor papel en el escenario mundial para lograr mayor justicia en el comercio internacional.”

2. Principios y Criterios del Comercio Justo.

Basándose en la definición y objetivos estratégicos del Comercio Justo antes referidos, el movimiento del Comercio Justo ha ido definiendo una serie de **principios** o **criterios de actuación**. Son varias las organizaciones, nacionales e internacionales, que han redactado de forma más o menos extensa y detallada los criterios de Comercio Justo, pero debemos subrayar que bajo cualquiera de estas redacciones, subyacen los mismos objetivos estratégicos y el mismo espíritu. Presentamos la enumeración que realiza la **Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ)**, por considerarla lo suficientemente clara y detallada, y por ser a la que se han adherido todas las organizaciones españolas miembro.

- ▶ **“Se garantiza a campesinos y productores un salario justo por su trabajo”**. Al hablar de salario justo, debe tenerse en cuenta no sólo el precio de la mano de obra, o del producto que se comercializa, sino buscar un salario o precio que tenga en cuenta la situación familiar, permita el acceso a la salud y a la educación, etc. De igual modo, no debemos hablar solo de salario, sino de condiciones laborales justas.
- ▶ **“Los productores deben destinar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, formación laboral, etc.”** Esta es la forma de garantizar que el Comercio Justo contribuye al desarrollo integral de toda la comunidad, y no a generar “islas de riqueza” en poblaciones con unos niveles de renta muy bajos. Es en definitiva la forma de extender los beneficios del Comercio Justo a toda la población.
- ▶ **“Se establece una relación comercial a largo plazo y se garantiza una parte del pago de los productos por adelantado; ambas condiciones favorecen que las comunidades puedan planificar su desarrollo”**. Estas dos condiciones son fundamentales para la continuidad de

los proyectos productivos, en una situación de comercio internacional tan cambiante. Imaginemos el caso de una cooperativa textil que, alentada por haber encontrado una salida a su producción, decide invertir en máquinas de coser, y que al año siguiente no tiene acceso al mercado que le proporcionaba el Comercio Justo. Se encontrará con una inversión que no podrá afrontar. El pago por adelantado de parte del producto permite vivir a las personas que trabajan para esa producción durante el tiempo que tardan en realizarla, pero además posibilita la compra de materias primas, la inversión en maquinaria o en cuidados agrícolas, etc. El **mínimo** exigido por el Comercio Justo es pagar el 50% en el momento de realizar el pedido, pero con frecuencia se adelanta hasta el 70% del pago, o el 100% en ocasiones. Y en pedidos grandes, puede adelantarse hasta más de seis meses. Sin esta opción, habría que recurrir a la financiación local (y eso si la organización tiene capacidad para ello) con los enormes costes que implica.

Tanto la banca ética como entidades no-bancarias, como pueden ser *Shared Interest* y *Oikocredit*, proporciona al movimiento del Comercio Justo herramientas financieras, dando un apoyo general en la prefinanciación. Para entidades de Finanzas Éticas, proyectos de Comercio Justo son muy atractivos a financiar, ya que aportan un valor añadido en términos sociales y medioambientales.

- ▶ **“Se evita la explotación infantil”**. Este es quizá uno de los criterios más publicitados y conocidos del Comercio Justo, y sin embargo debemos matizarlo. No podemos por tanto llegar desde nuestra comodidad exigiendo que ninguna persona menor de dieciocho años participe en los procesos productivos. Además, en cualquier sociedad se da una incorporación progresiva al trabajo. Son muchos los niños que dedican parte de sus vacaciones a trabajar como aprendices en negocios familiares o profesiones artesanas. Esto forma parte de la cultura, y de la formación orientada a la incorporación al mundo laboral, y al mundo de los adultos en definitiva. Por todo ello, debemos aceptar la incorporación progresiva, o puntual, al trabajo de niños y niñas en ciertas condiciones. Eso si, los niños sólo pueden trabajar bajo condiciones que no pongan en riesgo su desarrollo, su educación ni su descanso. Si trabajan niños, no deberán ejecutar tareas que sean, debido a su edad, peligrosas para ellos.
- ▶ **“Se promueven la participación en la toma de decisiones y el funcionamiento democrático; la igualdad entre mujeres y hombres; y la protección del medio ambiente”**. En este caso, hablar de igualdad entre mujeres y hombres requiere en muchos casos una discriminación positiva a favor de la mujer. Pensemos en países como la India, donde está mal

visto que la mujer casada trabaje fuera de casa. Del mismo modo, proteger el medioambiente implica en muchos casos trabajar por mejorarlo, pues el grado de deterioro es ya muy alto.

Podemos en resumen decir que los principios de Comercio Justo funcionan a la vez como **mínimos a tener en cuenta**, y como **máximos a los que aspirar**, y que por añadidura queremos hacer extensivos a todo el comercio mundial. Por esa doble vertiente, hay que ser extremadamente cuidadosos con su aplicación, y **combinar flexibilidad y rigidez** en su exigencia. Máxime si somos conscientes de que trabajamos con personas que en muchos casos están al límite de la pobreza, y se juegan su vida en ello. Veremos más adelante los sistemas de control existentes.

3. Criterios de la CECJ

Referente a los productores.

1. Los grupos productores procederán de colectivos registrados bajo forma de Asociaciones, Sociedades o cualquier forma de microempresa, dependiendo del tipo de objetivos y actividades que tengan como fin.
2. Las Organizaciones de Comercio Justo (Aquí llamadas OCAs: Organizaciones de Comercio Alternativo, para no excluir cierto tipo de organizaciones) se ocuparán en particular de trabajar con organizaciones de países del Sur que:
3. Atraviesen problemas especiales debido a su pobreza, prácticas discriminatorias y restricciones comerciales.
4. Estén comprometidos en el apoyo de la participación y las necesidades de los trabajadores y trabajadoras, en especial, de las mujeres y de los grupos raciales o sociales que sufren discriminación, explotación u otras situaciones injustas.
5. Los grupos productores no deben instaurar una dependencia exclusiva de la exportación y deberán tender a la creación y fomento de la economía social.
6. La estructura organizativa interna de los grupos productores debe ser participativa y democrática, evitando formas organizativas no representativas, de cargos estáticos o situaciones similares que impidan el desarrollo de los fines últimos del grupo productor.
7. Las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras deben ser dignas y no atentar contra la salud.
8. Los sueldos deben ser dignos e ir acordes con la realidad socioeconómica de la zona.

9. El grupo productor debe estar dispuesto y ser capaz de ofrecer al comprador los detalles requeridos sobre los miembros productores, así como de compartir información sobre sus programas o proyectos dirigidos a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades.
10. Las Organizaciones de Comercio Justo trabajarán, prioritariamente, con grupos productores que estén involucrados en un proyecto social y/o de transformación socioeconómica. Estos grupos, además, deberán mostrar transparencia en su economía, siendo tarea de cada OCA conocer el destino de los beneficios de los productores.

Referente a los procesos de producción.

1. El producto debe llegar con el máximo valor añadido posible y se incentivará el manufacturado en origen.
2. En el proceso de producción se incentivará la utilización de los recursos de la zona y tecnologías blandas no perjudiciales al medioambiente. En cuanto a la producción agrícola, se fomentará la que proceda de la agricultura ecológica.

Referente a los productos.

1. El productor deberá ser capaz de ofrecer productos de calidad y de planificar su cantidad de producción y las fechas de entrega antes de aceptar los pedidos. Cualquier prórroga o cambio necesario, respecto a las cantidades o fechas de entrega, debe ser notificado al facilitador y al comprador, exponiendo los motivos, con la mayor brevedad posible.
2. El productor garantizará que los productos suministrados confirmen la calidad y otras especificaciones que tuviera la muestra modelo, enviada con anterioridad al comprador; y sobre la que se hayan basados los acuerdos del pedido.
3. El productor se comprometerá a mantener el nivel de precios hasta la fecha de entrega del material, tal como acuerde con el comprador al confirmar los pedidos. Cualquier cambio en el precio acordado, surgido por motivos ajenos al control del productor, siempre se realizará con el conocimiento y consentimiento previo del comprador. Ambos, productor y comprador, serán responsables y velarán por la viabilidad económica de la transacción comercial.
4. El grupo productor debe estar dispuesto a ser capaz de ofrecer los detalles requeridos sobre el producto y los procesos de producción.

5. Respecto a los anteriores criterios, el comprador deberá ser flexible y acompañar a los grupos productores en estas tareas mediante asesoramiento y asistencia técnica necesaria para hacer una buena planificación de todos los procesos que conlleve este tipo de comercio.

Referente a las Organizaciones de Comercio Justo (OCAs).

1. Las OCAs podrán adoptar cualquier fórmula organizativa de acuerdo a su propio proyecto y planteamiento de objetivos. Sea cual sea su figura, deben ser organizaciones gestionadas de forma participativa y democrática.
2. En ningún caso una OCA será una organización exclusivamente comercial. Todas, y cada una, asumirán el compromiso de trabajar por el fomento de prácticas comerciales justas y la denuncia de las injustas relaciones comerciales internacionales, tanto a título individual como de forma coordinada con el resto de organizaciones.
3. Las OCAs establecerán, como prioridad, compromisos con productores del Sur en régimen de intercambio justo que se concretará en diferentes actividades: compra y distribución, venta en tiendas, financiación, asesoramiento, campañas de denuncia y/o sensibilización, etc.
4. Las OCAs, en su carácter comercial, mantendrán una práctica no especulativa y mostrarán transparencia económica, con especial atención respecto al destino de los beneficios originados por la actividad comercial.
5. En las relaciones comerciales, las OCAs tendrán especial cuidado en no propiciar situaciones de dependencia, incentivando la diversificación de mercados y productos en el propio contexto y realidad social de los grupos productores.
6. Las OCAs se comprometen a abandonar un proyecto cuando se demuestra que ese no cumple con la filosofía y el espíritu del Comercio Justo y, en su conjunto, incumple el catálogo de criterios.
7. Las OCAs podrán vender los productos en sus propias tiendas o mediante catálogo. También podrán distribuirlos a través de grupos de apoyo o a otras OCAs.
8. La canalización de productos en el mercado tradicional sólo se hará en establecimientos que garanticen, en todos sus aspectos, la imagen de productos de Comercio Justo y nunca suponga un lavado de imagen para prácticas comerciales ecológicas y socialmente denunciabiles.
9. Las OCAs trabajarán de forma organizada y coordinada entre ellas para velar por la imagen del Comercio Justo y evitar prácticas que deterioren dicha imagen.

10. Las OCA se comprometen a crear un sello de garantía identificativo que permita reconocer los productos que cumplen los criterios de Comercio Justo definidos en el presente catálogo.

Referente a las obligaciones de las OCA hacia las contrapartes del Sur, los consumidores y las otras OCA.

1. Cada OCA tendrá obligación de facilitar información, lo más transparente y detallada posible, referente a las actividades de Comercio Justo que lleve a cabo.
2. Las OCA se comprometen, en la medida de lo posible, a informar al consumidor sobre las características del producto, el proceso de producción, los grupos productores y la contraparte, además de la cultura y la situación económica y social propia del Comercio Justo.
3. La información que ofrezcan las OCA no debe contener matices paternalistas, ni sexistas ni racistas. No se utilizará una publicidad engañosa y se transmitirá una imagen respetuosa de los Pueblos del Sur, valorando sus procesos de organización y sus reivindicaciones. Tampoco se utilizarán medios ni formas que dañen la imagen del arte y la cultura de las minorías étnicas.
4. Las OCA deben potenciar una práctica del consumo consciente y responsable. Por ello, se comprometen a trabajar para obtener un aval de Comercio Justo que sirva de garantía legal para el consumidor y para la propia imagen del Comercio Justo.
5. Las OCA tendrán que prefinanciar parcialmente a los productores.
6. En las relaciones entre OCA el objetivo básico es el de cooperar entre sí todo lo posible en los siguientes puntos:
 - a. Intercambiar información sobre las necesidades de los productores del Sur y la forma en que pueden satisfacerse, mediante la compra y comercialización conjunta, apoyo común a determinados proyectos, etc.
 - b. Cada OCA estará abierta a ofrecer su experiencia y conocimiento siempre que beneficie al conjunto del movimiento del Comercio Justo y no tenga una repercusión desfavorable en sus propias actividades comerciales o en su imagen.
 - c. Las OCA firmantes tenderán a suministrarse entre ellas en vez de recurrir a otras entidades.
 - d. Implicarse en campañas de presión política, a nivel regional, estatal e internacional que apoyen el desarrollo del Sur, con prioridad en aquellas que promuevan unas relaciones comerciales más justas.

- e. Las OCA se comprometen a coordinarse entre ellas con el objetivo de que los productores tengan el más amplio y estable mercado y, en general, a velar por la estabilidad del Comercio Justo. A su vez, las OCA se comprometen a mantener contacto constante con las organizaciones internacionales. 🍌



Capítulo 3

Desarrollo financiero mediante tiendas de Comercio Justo

¿Qué se necesita para dirigir una tienda de Comercio Justo?

Las Tiendas Solidarias que venden productos de Comercio Justo dedican sus recursos a conseguir los siguientes objetivos:

1. actividades y materiales de concienciación;
2. adquisición de un local que garantice el comercio constante;
3. gestionar desequilibrios monetarios y financieros;
4. salarios del personal y costes de servicios;
5. formación de voluntarios;
6. organizar eventos locales;

¿Cómo se financia una tienda de Comercio Justo?

Las fuentes de financiación de las cooperativas/asociaciones que gestionan las Tiendas Solidarias son:

- ▶ resultados económicos (ganancias o beneficios)
- ▶ financiación por parte de bancos (preferiblemente Bancos Éticos)
- ▶ capital social/cuotas de miembros
- ▶ ahorros sociales (sólo en el caso de las cooperativas)
- ▶ Subvenciones públicas

Además de esto, también interviene el trabajo llevado a cabo por voluntarios, que se considera como una contribución de carácter gratuito y, por lo tanto, un servicio obtenido sin costes.

El resultado económico (punto 1), que es la diferencia entre las ganancias y los gastos y representa una excelente manera de autofinanciación. Sin embargo, para un organismo sin ánimo de lucro, el beneficio es un medio y no un fin. A menudo, fomenta el crecimiento y garantiza la sostenibilidad pero suele tener un valor poco rentable.

La financiación bancaria (punto 2) necesita un aval y las comisiones y los tipos de interés son elevados. De forma alternativa, las cooperativas pueden recurrir a las MAG (Mutua Auto Gestione) o a la Banca Etica, las cuales no precisan avales para conceder un préstamo, pero tienen gastos similares o mayores que los bancos tradicionales.

Reunir capital social o ahorros entre los miembros (puntos 3 y 4) aporta más oportunidades financieras, con diferentes resultados.

¿Qué es el capital social?

Es la cantidad conjunta aportada por los miembros para crear una compañía y mantener y ampliar sus expectativas. Adquirir capital de una cooperativa significa convertirse en co-propietario y, por lo tanto, en miembro.

Reunir capital social

La suscripción nuevas cuotas de capital es una manera de reforzar la cooperativa y aumentar su perdurabilidad en el tiempo. Se trata de un objetivo muy importante ya que las cooperativas suelen tener escasa capitalización y cuotas elevadas. Otro medio de financiación que se ofrece también con coste cero ya que el **capital no aporta a los miembros ningún rendimiento**. Teniendo en cuenta que no existen plazos pre-determinados, es lógico que las cooperativas inviertan a medio y largo plazo.

Ser miembro de las Tiendas Solidarias significa participar en sus actividades sociales y en la toma de decisiones estratégicas en las reuniones de miembros y en otros momentos de **participación**. Compartir los riesgos de la empresa aumenta el nivel de concienciación e implicación: los miembros se muestran cautos hasta que las actividades se llevan a cabo mediante una gestión eficaz.

Las aportaciones individuales mínimas y máximas de una cuota varían entre 25 y 500€⁹ respectivamente, mientras que el capital social máximo de un individuo es de 100 000€.

¿Cómo es posible recuperar el dinero invertido?

Para recuperar el capital invertido, un miembro debe abandonar la cooperativa aunque es posible incorporarse de nuevo posteriormente (la retirada parcial de capital no es posible). Si el Comité Administrativo lo autoriza, se puede transferir la cuota a otro miembro sin penalización para la organización. Otra manera de recuperar el capital es que el Estatuto autorice a la cooperativa a adquirir la cuota siempre que el activo neto sea menor que el 25% de su deuda.

¿Qué son los ahorros sociales?

Los ahorros sociales son cantidades de dinero que los miembros pagan a la cooperativa en forma de depósitos por lo que representan un medio para salvaguardar la estructura social de la cooperativa.

Reunir ahorros sociales

La cooperativa puede comenzar a reunir ahorros sociales entre los miembros, sólo si figura en el Estatuto y se dispone de todos los formularios necesarios. Según las normas establecidas por el Banco de Italia (Banca d'Italia), las cooperativas no están autorizadas a aceptar ahorros procedentes de personas que no sean miembros.

Es posible retirar los ahorros “previa petición” sin restricciones temporales dentro de los términos establecidos en las cláusulas. Sin embargo, normalmente los clientes no hacen uso de sus ahorros y la cooperativa puede contar con finanzas a medio y largo plazo y puede disponer de un flujo de caja adecuado para llevar a cabo diversas actividades.

El conjunto de los ahorros permite a los miembros obtener préstamos y, desde el punto de vista de la cooperativa, son mejores que los préstamos

⁹ El capital perteneciente a los individuos no está limitado por códigos civiles.

bancarios. Asimismo, tienen un coste menor ya que en los intereses de los depósitos se aplican impuestos y comisiones menores que los de los bancos.

Según la normativa actual, el límite máximo de ahorros depositado en un cartilla de ahorros de un individuo es de 27 860,18€¹⁰ mientras los ahorros totales tienen un límite máximo proporcional al patrimonio neto: si esta suma (capital social + reservas + beneficios retroactivos) asciende a 100, los ahorros pueden sustituir a una cuota de 300. Por esta razón, un miembro que decide invertir en la cooperativa tiene incentivos para la suscripción capital social. Normalmente, cuantas más acciones se adquieran, mayor será el tipo de interés aplicado a los ahorros.

La decisión de invertir dinero en una cooperativa de Comercio Justo indica que se conoce de qué manera se utilizará dicho dinero. De hecho, la característica principal de las **Finanzas Éticas** es la TRANSPARENCIA.

¿Cómo se utilizan los ahorros de los miembros?

Las cooperativas pueden invertir los ahorros de los miembros de diversas maneras:

- ▶ directamente, mediante proyectos de cooperación internacional en países del Sur;
- ▶ Indirectamente, mediante importadores que prefinancian a los productores de Comercio Justo.

A continuación se detallan algunos ejemplos:

1. La Cooperativa Mandacarù

Su primer nombre fue “Norte-Sur”, una cooperativa que comenzó en 1989 como una iniciativa de 29 miembros fundadores. En 1990, la Tienda Solidaria Mandacarù se inauguró en Trento. Recibió su nombre por un cactus brasileño que simboliza la resistencia del pueblo frente a la opresión.

En 1992, se convierte en el principal contacto en Trentino de la cooperativa CTM-MAG y mantiene una posición histórica como promotor de finanzas solidarias.

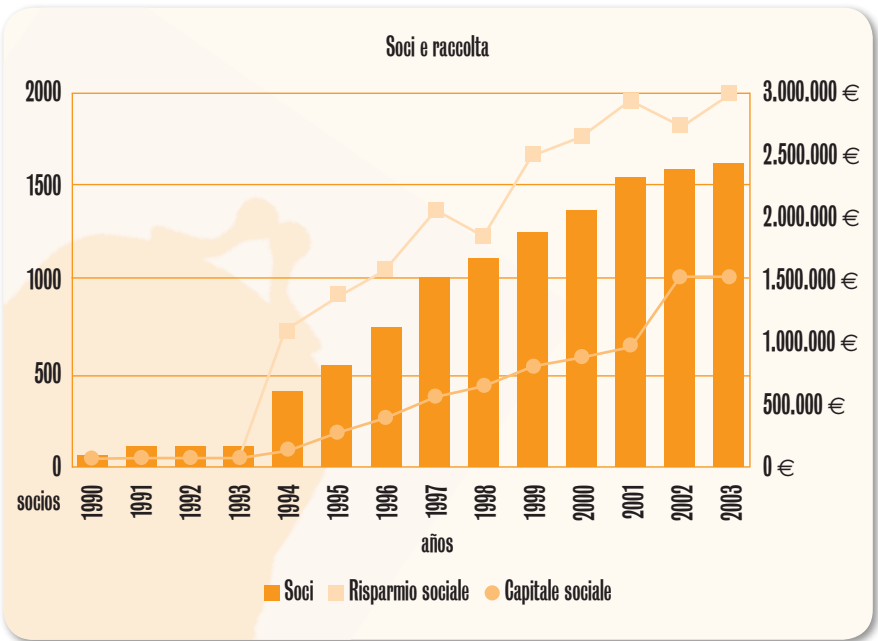
¹⁰ Las libretas de ahorro no tienen límite.

Los ahorros reunidos mediante el CTM-MAG se utilizan como financiación previa, para desarrollar CTM y Comercio Justo en Italia. Contribuye a los comienzos del Banco Ético (Banca popolare Etica) y, desde 2000, ha participado en un programa de financiación solidaria perteneciente a CTM altromercato.

15 años después de su creación, la cooperativa Mandacarù se convirtió en la segunda organización de Comercio Justo de Italia en 2004 a nivel local. Cuenta con 10 Tiendas Solidarias, más de 300 voluntarios, 13 empleados asalariados y una facturación de 1,45 millones de euros.

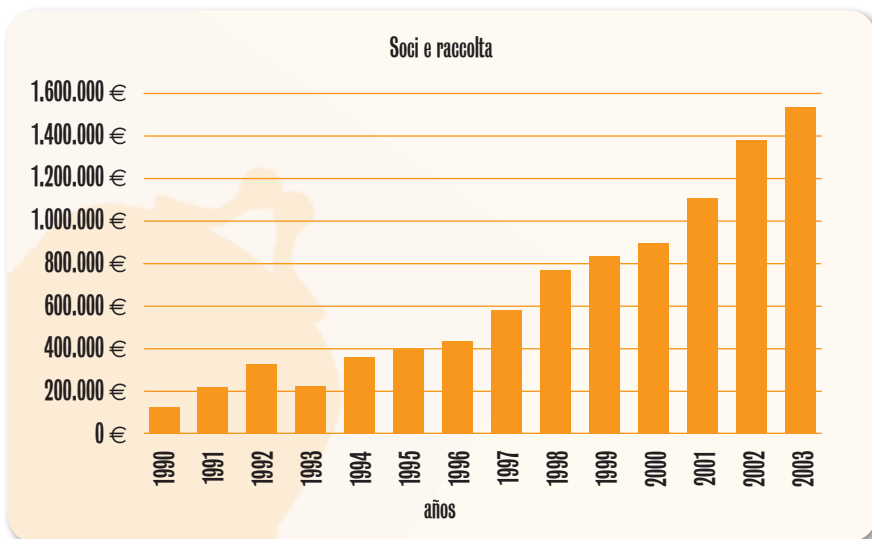
Además, puede considerarse como la principal organización italiana que trabaja con finanzas solidarias para el Comercio Justo, con más de 1750 miembros en mayo de 2004, más de 800 clientes y 4,3 millones de euros entre capital social y ahorros.

Los impuestos aplicados a sus miembros (actualizados en septiembre de 2004) varían entre 0,25% y 1,9% dependiendo del número de suscripciones de capital social realizadas. Cuanto mayor sea la participación en el capital, mayor será la remuneración del depósito.



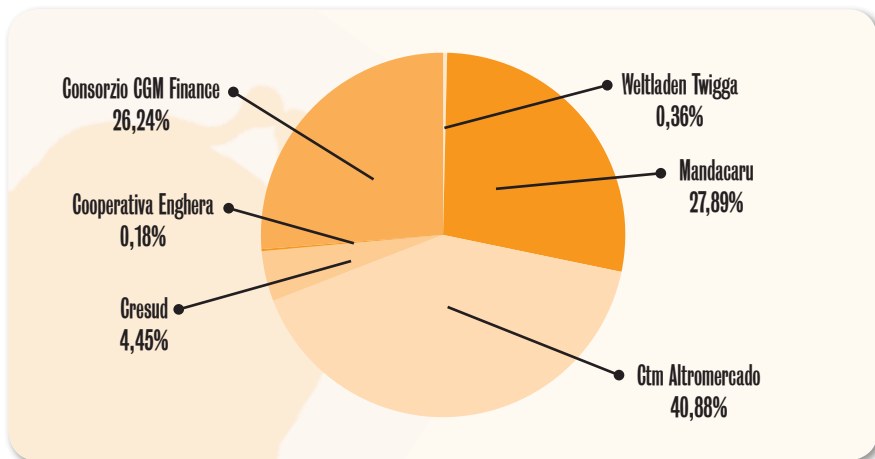
El capital y los ahorros reunidos los miembros de Mandacarù se utilizan para desarrollar y reforzar el Comercio Justo. Esto ocurre mediante tres tipos de inversión:

- ▶ Crédito *Made in Dignity*: prefinanciación para los productores concediendo depósitos para comprar materias primas necesarias
- ▶ *Courageous Capital*: capital y ahorros reunidos para reforzar el patrimonio y las inversiones
- ▶ Banquito: préstamos directos concedidos a los productores (para la compra de maquinaria por ejemplo)



En 2003, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

Cooperativa	Actividad	Total (euros)
Mandacarù	Inversiones realizadas en la cooperativa (propiedad y equipamiento) y stock de almacén	1 217 171
Ctm Altromercato	Crédito 'Made in dignity', banquito, 'Courageous Capital'	1.783.894
Cresud	Banquito	194.114
Fundación Financiera CGM	'Courageous Capital', gestión de liquidez	1.145 234
Cooperativa Enghera	'Courageous Capital'	8 .220
Cooperativa Dritte Weltladen Twigga	'Courageous Capital'	15.494



2. Cooperativa Chico Mendes

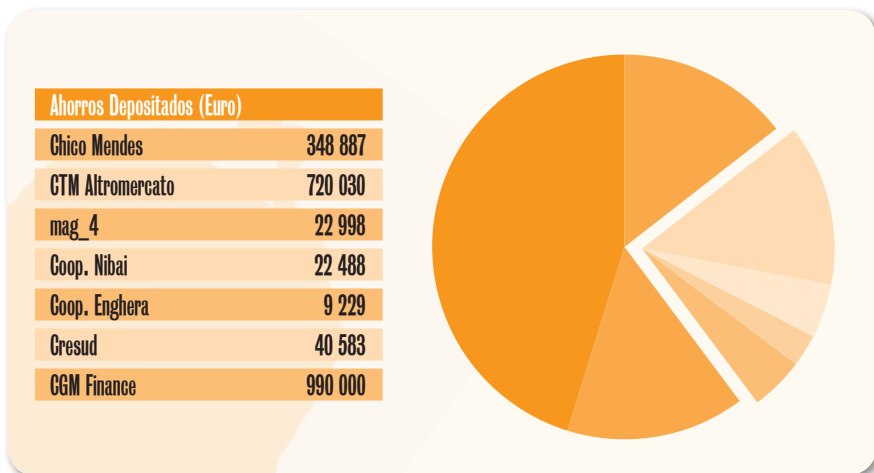
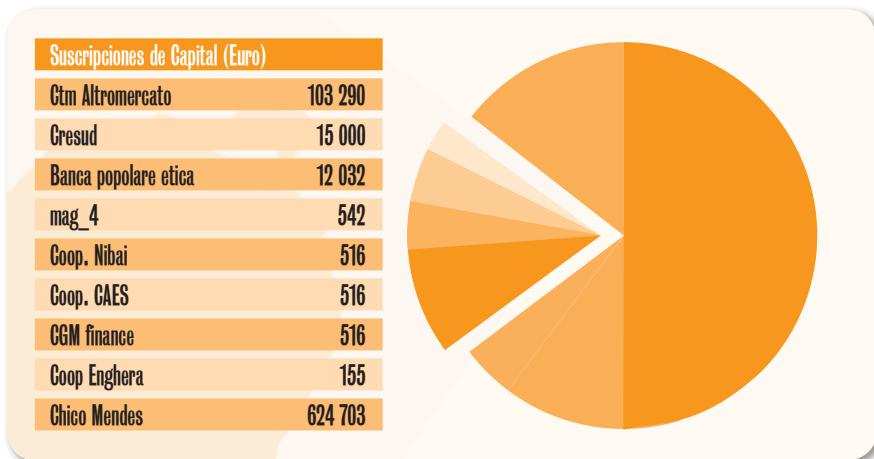
Fundada en 1990 por un grupo de jóvenes estudiantes, la Cooperativa Chico Mendes toma su nombre en memoria del sindicalista brasileño que luchó para defender a los campesinos “caucciù” y proteger la selva amazónica y que fue asesinado el 22 de diciembre de 1988 por sus actividades políticas.

La primera Tienda Solidaria, “Altromercato”, fue inaugurada en Milán en 1992. Desde 1994, la cooperativa ha promovido los ahorros de sus miembros, desempeñando un papel importante en el desarrollo de las Finanzas Solidarias en el Comercio Justo.

En 2004, Chico Mendes contaba con 10 Tiendas Solidarias, 2253 miembros, de los cuales más de 450 invierten sus ahorros, 14 empleados asalariados, 27 colaboradores y aproximadamente 120 voluntarios (actualizado en diciembre de 2003). Con una facturación de 3 millones de euros, un capital social de 757 000 € y aproximadamente 2,2 millones de euros en ahorros, la Cooperativa Chico Mendes puede considerarse como el mayor distribuidor de Comercio Justo en Europa en 2004.

Los impuestos aplicados a los ahorros de los miembros están entre un 1% y un 3% según las suscripciones de capital (a mayor participación de capital, mayores beneficios de los depósitos).

En 2003, las acciones y depósitos de ahorro se dividieron de la siguiente manera:



Finanzas Éticas mediante organizaciones especializadas en microfinanzas

Certificados bancarios de depósitos: ETIMOS/Banca Etica

Avales como herramienta de finanzas solidarias

Los avales son un tipo de cobertura para los riesgos de crédito, concretamente una manera de compensar las posibles pérdidas derivadas de los impagos de un préstamo (insolvencia o impago).

En el caso de préstamos concedidos en países del Sur, la incertidumbre de las variables macroeconómicas, la inestabilidad política y las condiciones medioambientales críticas justifican la voluntad de los intermediarios financieros de buscar una cobertura independiente solicitando, por ejemplo, fondos internacionales de garantía de crédito¹¹ o avales de terceros. En este contexto, las garantías y avales pueden considerarse como una herramienta para ampliar el acceso a créditos, conforme a la solidaridad.

Desde finales de octubre de 2002, los certificados bancarios de depósitos concedidos por la Banca Etica para cooperación internacional pueden dedicarse a la garantía de préstamos concedidos por Etimos. Un cliente puede “adoptar” un proyecto específico y comprometerse a asumir los pagos en circunstancias atenuadas (una catástrofe natural o colapso económico, como el caso de Argentina) evitando que los beneficiarios tengan que pagar su deuda. Si hay una falta de pagos, la fundación Etimos puede reunir la suma comprometida.

Las solicitudes de certificados bancarios de depósitos que favorecen a una organización financiada por Etimos es un tipo de ahorro solidario basado en la confianza en la fundación y en los socios del Sur; una **responsabilidad compartida** y la oportunidad de implicarse de forma innovadora y a un alto nivel social lo que genera más oportunidades que las donaciones.

Este proyecto comenzó como respuesta a dos necesidades diferentes: la voluntad estratégica de Etimos de ampliar el acceso a los créditos de personas sin avales así como la petición creciente de los clientes de la Banca Etica para participar activamente en cooperación internacional.

En 2003, la Banca Popolare Etica reunió 470.000€ en forma de certificados bancarios de depósitos para el Sur.

Bonos emitidos por CreSud

Los bonos son un tipo de préstamo de medio a largo plazo, que un inversor adquiere de una empresa y que se pagan a un tipo de interés predeterminado.

¹¹ Para obtener más información, consulte “Rural credit guarantee funds: best practices, international experiences and the case of the nena region”, Laura Viganò, Giuffrè 2002.

Los bonos emitidos por CreSud ascienden a 800.000€ y el plazo es el 31/12/2007. Se trata de obligaciones al portador no convertibles¹², con una cantidad mínima equivalente a 5.000€ pagados a un tipo de interés neto del 2,75%.

La adquisición de bonos de CreSud es una manera de fomentar el desarrollo de las microfinanzas, una oportunidad de invertir de forma ética, para contribuir al autodesarrollo los países del Sur.

3. Financiación del Comercio Justo

Shared Interest es una cooperativa de préstamo del Reino Unido (Newcastle upon Tyne) que utiliza los ahorros de sus miembros para financiar organizaciones de Comercio Justo.

La compañía concede créditos mediante un sistema denominado “Clearing House” que financia a los importadores y permite a los productores del Sur recibir adelantos:

- ▶ cuando un comprador realiza un pedido a un productor, Shared Interest concede un 50% por adelantado del valor de los bienes, cargando la suma a la cuenta del comprador (crédito “pre-parte”)
- ▶ Shared Interest concede al productor la suma restante cuando recibe el crédito
- ▶ una vez que han llegado la mercancía, el comprador tiene un período de crédito (conocido como “post-parte”) en el que no tiene que pagar ninguna deuda hasta que se venda la mercancía (el total recibido más los intereses)

Shared Interest también ofrece financiación a los productores adelantando hasta un 80% del pedido total. Si el comprador paga un 50% del total mediante Shared Interest, el productor puede acceder a otro crédito equivalente al 30%. La cantidad prestada se retiene con el interés del producto.

El sistema Clearing House está abierto a todos los miembros de la IFAT (Federación Internacional de Comercio Alternativo).

¹² Las obligaciones convertibles permiten al cliente optar por ser acreedor de una compañía o convertirse en accionista. En este caso, el crédito se convierte en una suma predeterminada por las acciones.

La prefinanciación para los productores puede considerarse como un producto financiero con un gran impacto social, una forma de microcrédito que representa “una financiación para aquellos que están excluidos”. Las organizaciones de microfinanzas que trabajan en los países de producción pueden reforzar las relaciones Norte-Sur participando como socios de los importadores. Pueden adelantar dinero a campesinos y artesanos y al tener conocimiento de las necesidades locales, pueden satisfacer valores de Comercio Justo aumentando así la sostenibilidad.

4. Financiación Solidaria de la Fundación CTM Altromercato

CTM Altromercato es la única organización de Comercio Justo financiada mayoritariamente mediante préstamos sociales. En septiembre de 2004, había 38 cooperativas que formaban parte de la Fundación y reunían capital y ahorros garantizando los recursos necesarios para la prefinanciación de los productores.

Si se suscribe capital de CTM Altromercato o se solicita una libreta de ahorros, incluso los ciudadanos individuales pueden participar en el desarrollo de países del Sur. Una inversión basada en la confianza en la que se asume un alto riesgo.



Los miembros de CTM Altromercato reunieron fondos que superaban los 12 millones de euros en 2003, de los cuales más de 6 millones fueron transferidos a la Fundación. Mandacarù (TN) y Chico Mendes (MI) fueron las dos cooperativas que reunieron cantidades masivas (4,3 y 2,7 millones de euros entre capital y ahorros). No obstante, son los dos miembros de la Fundación más desarrollados económica y estructuralmente.

Según estos datos, CTM Altromercato es la segunda organización más importante de Italia de Finanzas Éticas tras la Banca Popolare Etica (que reunió aproximadamente 300 millones de euros en 2003, incluidos los fondos de Etica Sgr).

Los beneficios de los depósitos de los miembros de la Fundación se calculan en base a la proporción entre el capital y los ahorros, aplicando una tasa que varía entre el 2,5 y el 5,7 por ciento (actualizado en septiembre de 2004). Se prevé un aumento del 0,5% para asociaciones y cooperativas que cumplan con los requisitos siguientes:

- ▶ capital social equivalente a al menos un 20% de la facturación;
- ▶ ahorros equivalentes a al menos el doble de su capital;
- ▶ La inversión de la Fundación mediante libretas de ahorro y solicitudes de cuota social de al menos un 20% de su capital social.

La financiación solidaria de CTM Altromercato se desarrolla principalmente mediante una colaboración con las siguientes organizaciones:

- ▶ Microcredit Coop (miembro de la Fundación), una cooperativa con sede en Brescia, que comenzó con el objetivo de desarrollar servicios financieros para apoyar el crecimiento del Comercio Justo, reuniendo capital de riesgo para la Fundación para establecer fondos de garantía y dar adelantos a los productores. En zonas de Italia donde todavía no hay Tiendas Solidarias, la cooperativa ofrece la posibilidad a los miembros de abrir libretas de ahorro.
- ▶ MAG4 (miembro de la Fundación), una cooperativa con sede en Turín. Un miembro destacado de las Finanzas Éticas en Italia, participa en la financiación solidaria de la Fundación concediendo préstamos a las organizaciones miembros y aplicando su experiencia para la formación en microcréditos;
- ▶ CGM Finance, una herramienta financiera de CGM (Consorzio Gino Mattarelli), que ofrece a CTM Altromercato un servicio de gestión de liquidez y financia a sus miembros, especialmente en forma de hipotecas para la compra de propiedades y el desarrollo de la red de Tiendas Solidarias;
- ▶ Cresud, una compañía financiera que concede préstamos a instituciones de micro financiación y productores del Sur, especialmente a los socios de Comercio Justo de CTM Altromercato.

Los compromisos de la Fundación tienen tres objetivos principales conocidos como “*Made in Dignity*”, “*Courageous Capital*” y “Banquito”, que se corresponden respectivamente con:

- ▶ *Made in Dignity*: prefinanciación para los productores, o adelantos para la compra de materia primas
- ▶ *Courageous Capital*: capital y ahorros para mejorar los activos y las inversiones de la Fundación.
- ▶ Banquito: préstamos concedidos directamente a los productores. 🍌



Setem y las Finanzas Éticas

Desde 2003, SETEM Madrid trabaja en *Finanzas Éticas para el Desarrollo*, un campo de acción que refuerza y complementa los ya consolidados por la organización, como son el Comercio Justo, la Educación para el Desarrollo, las Campañas de Sensibilización y Denuncia y el Voluntariado. Junto a las organizaciones Oikos en Portugal y Ucodep en Italia, SETEM Madrid inició un proceso de difusión de información dirigido a la sociedad, sobre las posibilidades que la economía y el dinero nos ofrecen cuando los contemplamos como una herramienta de transformación social.

Esta campaña, por un lado, denuncia las actividades financieras que, con el objetivo de buscar el máximo beneficio, vulneran los derechos humanos y por otro lado, apoyo iniciativas alternativas como la Banca Ética y Finanzas Éticas que fomentan iniciativas con alto contenido social, como el Comercio Justo. Creemos en las Finanzas Éticas porque queremos estar atentos a las consecuencias no económicas de las actividades económicas, porque queremos exigimos mayor transparencia en la actividad financiera, porque queremos incluir en nuestra actividad financiera a los que tienen negado el derecho al crédito. En la actualidad esta área recibe el apoyo económico de la AECE (Agencia Española de Cooperación Internacional) y el proyecto se realiza en coordinación con otros actores sociales y junto a otras asociaciones pertenecientes a la Federación SETEM.

Entre las actividades que sobre Finanzas Éticas ha realizado SETEM destacamos:

- ▶ La edición y presentación pública de material divulgativo y didáctico en forma de libreta ética de ahorro y titulado: Finanzas Éticas. La otra cara de la moneda. Cuentan tus valores. Humaniza tu dinero.

- ▶ La elaboración de dos dossieres informativos: Finanzas Éticas en España y Finanzas Éticas: la experiencia en Europa.
- ▶ La puesta en marcha de la web del proyecto europeo: www.finanzaseticas.org
- ▶ La realización de varios cursos de formación dirigidos a medios de comunicación, personas voluntarias del tercer sector, trabajadoras de la Federación SETEM, cooperantes y estudiantes.
- ▶ La organización de las Jornadas de Finanzas Éticas en las que participaron, entre otros, representantes de Triodos Bank, FIARE-Banca Popolare Ética, Oikocredit y Fincafé (cooperativa de cafecultores en Bolivia).
- ▶ Acciones de calle en Bilbao y en Madrid.

En cuanto a la Banca Ética y entidades no-bancarias cuyo objetivo es la promoción del desarrollo sostenible, en España nos encontramos con:

1. Triodos Bank www.triodos.es

Este banco que opera en España desde 2004, ofrece la primera cuenta de ahorro con total disponibilidad y sin comisión de mantenimiento que apoya el Comercio Justo ya que Triodos Bank se compromete a donar el 0'7% TAE durante el primer año a SETEM, IO o IDEAS, según la elección del cliente. Los clientes tienen además la opción de donar su interés (1,5%) a las organizaciones de Comercio Justo.

2. Banca Popolare Etica y FIARE www.proyectofiare.org

SETEM apoya activamente la iniciativa de FIARE para poner en marcha el plan de expansión de la Banca Popolare Ética (BPE) en todo el territorio del estado Español para crear la primera banca ética española. FIARE firmó un acuerdo marco de colaboración con BPE en marzo 2005 para ejecutar actividades de comercialización de productos de ahorro y crédito. Dado que la multitud de realidades sociales, el Proyecto Fiare sólo puede ser uno proyecto muy pegado al terreno donde los movimientos sociales se apropian del proyecto. Después de su apertura en Bilbao, ya cuentan con asociaciones de apoyo en San Sebastián, Pamplona y Madrid.

3. Asociación FIRES

SETEM Madrid ha sido una de las organizaciones impulsoras de la creación de la asociación FIRES en Madrid. El proyecto nace como punto de encuentro entre personas e organizaciones que comparten la exigencia de una

gestión responsable y transparente de los recursos financieros. Su objetivo es fomentar iniciativas socio-económicas que se basan en los principios de desarrollo sostenible.

De acuerdo con los principios inspiradores del proyecto, la actividad financiera se centrará en la financiación de actividades relacionadas con una de las siguientes cuatro áreas:

- ▶ Exclusión social (tanto el Norte como el Sur)
- ▶ Igualdad de oportunidades y justicia económica (la economía solidaria)
- ▶ Medio ambiente
- ▶ Cultura, deporte y educación.

4. Oikocredit

Es una cooperativa de crédito de ámbito mundial dedicado a ser “proveedor de oportunidades,” líder en inversiones socialmente responsables y en crédito para el desarrollo. Con 30 años de historia y 3 asociaciones de apoyo en España, es una iniciativa económicamente sostenible para apoyar el desarrollo del Sur.

Oikocredit en Barcelona (en la sede de SETEM Barcelona) www.pangea.org/oikocredit
Oikocredit en Bilbao (en Kidenda): www.fiare.org/oikocredit 

